

MARKETING EDUCATIVO RELACIONAL DEL MODELO DUAL: UNA
PERSPECTIVA DE RETENCIÓN ESTUDIANTIL

AUTOR

LUISA FERNANDA MONROY SORA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA

2018

MARKETING EDUCATIVO RELACIONAL DEL MODELO DUAL: UNA
PERSPECTIVA DE RETENCIÓN ESTUDIANTIL

AUTOR

LUISA FERNANDA MONROY SORA

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN
ALTA GERENCIA

TUTOR:

DIANA RUBIANO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA

2018

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
Objetivos específicos	7
Pregunta problema	7
Justificación.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	8
Marco Contextual	8
Marco Teórico	13
Marco conceptual: Retención Universitaria.....	14
Antecedentes bibliográficos: Retención Universitaria.....	19
Marco conceptual: Mercadeo Educativo Relacional	22
Antecedentes bibliográficos: Mercadeo Educativo Relacional	26
METODOLOGÍA	29
Tipo de investigación	30
Categorías.....	Error! Bookmark not defined.
Muestra	30
Instrumentos de investigación	32
Procedimiento de recolección de datos	36
PLAN ADMINISTRATIVO.....	38
DESARROLLO Y HALLAZGOS	39
Directivos de las cuatro universidades colombianas con programas pertenecientes a la red DHLA....	39
Universidad Autónoma de Occidente	39
Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB.....	40
Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt.....	42
Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial	43
Análisis de resultados	44
Dimensión del problema.....	45
Factores de retención.....	46
Modelo dual	47
Marketing educativo relacional.....	48
Estrategias de retención	50
CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	51
ANEXOS	56

RESUMEN

Según el Ministerio de Educación Nacional los colombianos cada vez más tienen acceso a la educación superior, ya que las tasas de cobertura en el país han aumentado en los últimos años. Sin embargo, a pesar de esta realidad, las tasas de retención no presentan esta misma dinámica, comparados con países europeos nuestros porcentajes de permanencia y egreso están lejos de igualar modelos internacionales, lo cual abre un campo de investigación interesante para las instituciones de educación superior (Universidad del Rosario, 2017).

Identificar acciones que se puedan implementar para contribuir a la retención es el objetivo de la presente consultoría, enfatizando en programas con sistema de educación dual, con el fin de reconocer aspectos particulares de esta metodología de educación utilizada en cuatro universidades del país.

Ahora bien, teniendo en cuenta que para lograr lo anterior se utilizará una metodología cualitativa, se establecerá la relación entre la retención y el marketing educativo relacional, realizando una contextualización teórica de ambos conceptos para así identificar herramientas que permitan generar estrategias de retención, construyendo instrumentos de recolección de información que permitan reconocer las experiencias de directores de programas duales, estudiantes activos y estudiantes retirados.

Teniendo en cuenta que la presente consultoría es un proyecto de investigación construido no solo para lograr el grado de Especialista en Alta Gerencia, sino también con el objetivo de aportar a las estrategias de retención de la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial y los programas duales del país, hace énfasis en las acciones que pueden implementarse para la Dirección de Mercadeo y Admisiones de la institución.

Palabras clave: Retención, Marketing educativo relacional, Modelo de educación dual

ABSTRACT

According to the Ministry of National Education, Colombians increasingly have access to higher education, since coverage rates in the country have increased in recent years. However, despite this reality, the retention rates do not present this same dynamic, compared to European countries our percentages of permanence and graduation are far from equaling international models, which opens an interesting field of research for higher education institutions.

Identify actions that can be implemented to contribute to retention is the objective of this consultancy, emphasizing programs with dual education system, in order to recognize particular aspects of this education methodology used in four universities in the country.

However, taking into account that to achieve the above, a qualitative methodology will be used, the relationship between retention and relational educational marketing will be established, making a theoretical contextualization of both concepts in order to identify tools to generate retention strategies, building instruments of information gathering that allows to recognize the experiences of directors of dual programs, active students and retired students.

Bearing in mind that the present consultancy is a research project built not only to achieve the degree of Specialist in Senior Management, but also with the objective of contributing to the retention strategies of Uniempresarial and the dual programs of the country, it emphasizes the actions that can be implemented for the Marketing and Admissions Department of the institution.

Keywords: Retention, educational marketing relate, Dual education model

INTRODUCCIÓN

El modelo dual se puede considerar como un sistema de formación único en Colombia, en donde las instituciones de educación superior y las empresas unen esfuerzos para lograr egresados con experiencias de formación real, que combinan la práctica y la teoría para formar profesionales integrales y contribuir al desarrollo del talento humano empresarial.

La anterior dinámica al tener métodos de enseñanza particulares abre un interesante campo de investigación permitiendo preguntarnos si ¿puede aportar el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil en instituciones con un modelo dual de formación profesional, con el fin de identificar acciones que se puedan implementar para aportar a la retención universitaria.

Para desarrollar lo anterior este documento contextualiza al lector sobre la retención en el país, posteriormente expone los objetivos generales y específicos de la investigación y realiza un recorrido teórico, conceptual y referencial de las dos categorías que se tienen en cuenta en el estudio (retención y marketing educativo relacionan) para así exponer el marco metodológico y los hallazgos encontrados.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objetivo General Identificar las acciones que puede implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial.

Objetivos específicos

1. Contextualizar teóricamente los conceptos de marketing educativo relacional y retención universitaria.
2. Reconocer de forma integral la actual estrategia de retención institucional
3. Conocer distintas experiencias sobre retención en programas duales de la red DHLA

Pregunta problema

¿De qué manera aporta el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil en Uniempresarial?

Justificación

“Según el Ministerio de Educación Nacional, si bien las tasas de cobertura para la educación superior en Colombia han estado en aumento, los porcentajes de permanencia y egreso de la IES no presentan esta misma dinámica; el porcentaje de deserción colombiano es del 44,9%, el cual comparado con países europeos es alto: España 24,9%, Unión Europea 12,8%, aunque comparados con otros países latinoamericanos nos encontramos en el promedio: Argentina 43% o Venezuela 52% es una realidad que afecta el desarrollo económico del país” (Universidad del Rosario, 2017).

Lo anterior nos permite entender que la retención estudiantil para las instituciones de Educación Superior es un tema de alta importancia, en Uniempresarial según relacionan las cifras de retención y deserción estudiantil relacionadas por el área de

registro y control en noviembre de 2017, el porcentaje de retención estudiantil en los programas duales es del 58%, es decir que el 42% de los estudiantes no culminan sus carreras de pregrado, coincidiendo con el promedio nacional de deserción. Ahora bien, la deserción no solo trae consecuencias financieras, personales y familiares a los estudiantes que no culminan su proyecto de formación; la deserción también trae consecuencias negativas a Uniempresarial, ya que la inversión en docentes e infraestructura es la misma independientemente del número de estudiantes que deserten durante el programa de pregrado.

Sumando a lo anterior, la oferta de programas y universidades en Colombia ha aumentado gradualmente lo cual genera que la competencia directa e indirecta sea más fuerte y exija a Uniempresarial generar estrategias de mercadeo que contribuyan a la captación, retención y fidelización de los estudiantes de programas de pregrado duales.

Es así como la presente consultoría busca resolver la siguiente pregunta: ¿Puede aportar el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil en instituciones con un modelo dual de formación profesional? Identificando las acciones que se pueden implementar desde la Dirección de Admisiones y Mercadeo para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial, teniendo en cuenta el sistema de formación dual que caracteriza a la institución.

MARCO REFERENCIAL

Marco Contextual

a. Modelo dual

Según el libro *Éxito Combinado* de la Duale Hochschule Latinoamérica (2016) entender la relación entre la academia y la empresa y hacer inversión en este sector ha sido uno de los aspectos que le ha permitido a Alemania ser el quinto país más competitivo del mundo. Esta iniciativa inspiró a que La Cámara de Industria y Comercio Colombo- Alemana y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional iniciaran en la década de los noventa un proyecto universitario conocido en Alemania pero novedoso en

Latinoamérica denominado sistema de formación dual, en donde los estudiantes alternan cada uno de sus periodos académicos entre la universidad y la empresa; en el primer escenario se dedican a aprender todos los conceptos teóricos necesarios para que en el segundo escenario desarrollen habilidades prácticas y conocimientos propios de la empresa en donde son aprendices. El modelo es tan conocido que solamente en Alemania alrededor de 9.000 empresas hacen parte de este programa de formación. (DHLA, 2016, pág.8)

La anterior iniciativa internacional toma mayor fuerza en Latinoamérica gracias a La Duale Hochschule Latinoamérica (DHLA) la cual desde el 2003 ha contribuido no solamente a incentivar los programas de movilidad, sino también a desarrollar el sistema de formación dual en cuatro países de Latinoamérica: Colombia, Ecuador, Perú y México, con un total de ocho universidades participantes. En Colombia las cuatro universidades pertenecientes a la red DHLA son La Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, Uniempresarial, La Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB, la Universidad Autónoma de Occidente de Cali, y la Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt. En Ecuador la Universidad de Cuenca y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil cuentan con modalidad dual; en Perú La Universidad de San Martín de Porres en México la Universidad Interamericana para el desarrollo UNID. (DHLA, 2016, pág.8, 9)

Además de contar con la participación de estos países, Según Thomas Voigt, presidente ejecutivo de la Cámara Colombo-Alemana de Industria y Comercio, algunos de los beneficios que ofrece el sistema de formación dual son: los estudios académicos se desarrollan de acuerdo a las necesidades del mercado local ya que para el desarrollo de los planes de estudio intervienen las empresas; los estudiantes pueden tener una conexión con el mundo profesional desde el inicio de sus estudios aprendiendo directamente de profesionales expertos y en un menor periodo de tiempo ,siete semestres; las universidades pueden ver el modelo como una plataforma para atraer más estudiantes y establecer alianzas de cooperación internacional; y las empresas pueden mantener el conocimiento, ya que un gran porcentaje de los aprendices son contratados por las empresas en el momento de culminar sus estudios.(DHLA, 2016, pág.9- 10)

Teniendo en cuenta lo anterior, se logra dimensionar la importancia y magnitud del sistema de formación dual, el cual no solamente es una visión internacional, sino que hasta el momento casi 2.000 estudiantes se han graduado del programa, cuenta con certificado ISO 9001 y el 85% de los graduados tienen buen trabajo con salarios iniciales superiores a las de las universidades tradicionales. (DHLA, 2016, pág.11)

b. Uniempresarial y retención universitaria

La Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá abre sus puertas el 23 de mayo del 2001 con el objetivo de ofrecer a los estudiantes un modelo de Educación Superior encaminado a la formación universidad-empresa o modelo dual, nacido en Alemania. Este modelo de educación superior permite a los estudiantes obtener experiencia empresarial a lo largo de la carrera en cualquiera de las 377 empresas co-formadoras, empresas que cuentan con el respaldo de la Cámara de Comercio de Bogotá, permitiendo a Uniempresarial ser la única Institución de Educación Superior IES que cuenta con todos sus programas de pregrado bajo esta modalidad.

Según diferentes cifras indagadas por la Dirección de Mercadeo y Admisiones con el área de prácticas, egresados y registro y control, los programas educativos en Uniempresarial están diseñados para lograr salir en 3 años con título profesional y experiencia, y el 92% de las empresas colaboran a sus estudiantes de diferentes maneras mientras hacen sus prácticas, el 55% cuentan con la aceptación laboral después de graduados y el 16% son emprendedores. Hoy en día la universidad cuenta con 2000 egresados y alrededor de 1.265 estudiantes activos de los ocho programas de pregrado de la institución. Con un índice de deserción del 42%, la universidad se encuentra en un momento de autoevaluación y estudio para poder disminuir esta cifra.

A partir del 2014 la institución inicia el proyecto “Uniempresarial sin Sillas vacías” con el objetivo de contrarrestar la deserción en la institución. Una de las primeras acciones realizadas fue la encuesta de factores académicos, institucionales, personales y socio económicos, la cual tenía el objetivo de identificar cuál de estos ítems impactaba en mayor medida para la decisión de deserción estudiantil. En el 2015 se aplicó este instrumento a 160 estudiantes participantes de actividades de bienestar, la mayoría de

jornada diurna y primeros periodos académicos. Lamentablemente por el tamaño de la muestra y la metodología de aplicación los resultados no fueron representativos.

A pesar de lo anterior, esta prueba piloto mostró que los factores personales eran los que más impactaba la decisión de deserción, haciendo referencia a la falta de motivación, problemas de organización de tiempo y la percepción de que la carrera no satisfacía las expectativas. El segundo factor relevante fue el institucional, en donde las instalaciones inadecuadas, los recursos pedagógicos inapropiados y los problemas de comunicación entre áreas influían sobre la decisión de desertar; el tercer factor fue el socio-económico, haciendo referencia a los costos de la carrera, bajos recursos y desconocimiento de los métodos de financiación. Y finalmente el factor académico fue identificado en menor medida con relación a la deserción, relacionando perdida de asignaturas, alta percepción de cansancio y falta de tutorías como elementos que lo integraban.

Para el 2016 Uniempresarial empezó un proceso de transición, realizando modificaciones en su infraestructura, procesos de becas y procesos financieros y comunicación mitigando los resultados de la encuesta piloto. Al inicio del 2017, con el objetivo de contribuir al aumento de la retención, Uniempresarial realizó un análisis de causas y efectos, para lo cual se retomó los factores de la encuesta piloto anteriormente mencionada, encontrando que las causas de los factores académico –empresarial se relacionan con el modelo teórico-práctico de la institución, al igual que las metodologías poco motivadoras y bajo rendimiento académico. Lo anterior podría traer desventaja en el mundo laboral, desmotivación frente al proceso académico y alta percepción de estrés o fatiga.

Ahora bien, las causas del factor institucional son: falta de herramientas tecnológicas, y falta de espacios académicos de descanso, al igual que diferencias con docentes y administrativos que traen consecuencias en problemas de comunicación. Otras causas relacionadas son los escasos recursos para el desarrollo de la formación académica y falta de pertenencia institucional. En cuanto al factor personal las causas se relacionan con sobrecarga laboral, desinterés familiar, lejanía de su lugar de residencia, hijos a temprana edad, problemas de salud, poca dedicación a los estudios, delincuencia y/o drogadicción y baja autoestima. Y, para terminar, las causas de factor socioeconómicos

son familias numerosas, desconocimiento de los medios de financiación y bajo ingreso familiar, con consecuencias de incumplimiento en los pagos de matrícula y recursos económicos limitados.

Una vez realizado el anterior análisis de causas y efectos, a mediados del 2017 se efectuaron reuniones entre áreas para mejorar el instrumento y actualizarlo, con el apoyo de Market-Nova, compañía dedicada a crear soluciones por medio de la aplicación de instrumentos de medición, se pretendió identificar las posibles causas asociadas a la deserción estudiantil mediante una encuesta aplicada digital y telefónicamente a una población de 1.200 estudiantes activos de Uniempresarial, de los cuales se lograron 693 encuestas con un nivel de confiabilidad del 97%. (Market Nova, 2017, pág.1)

De la anterior encuesta, Uniempresarial logró construir la primera caracterización con un número representativo de participantes, encontrando que la mayoría de los estudiantes de Uniempresarial son jóvenes de 16 a 30 años que viven en el occidente de la ciudad, de estratos medios o altos. La mayoría cuenta con el apoyo de su familia para estudiar, se consideran personas exigentes y motivadas para culminar sus estudios, y aunque argumentan invertir grana cantidad de tiempo en el estudio en sus tiempos libres realizan actividades físicas y sociales. La calidad es un elemento de suma importancia para ellos y utilizan redes sociales para comunicarse. (Market Nova, 2017)

En cuanto a la deserción, se podría decir que la caracterización permitió identificar que los factores socioeconómicos son uno de los principales aspectos que inciden sobre la posibilidad de ingresar o continuar en los programas de pregrado; los factores personales, si bien, están satisfechos en general sugieren la implementación de programas de orientación psicopedagógica por parte de la institución que les permita fortalecerse y así continuar el programa; los factores académico-empresariales evidenciaron que cerca de la mitad de los estudiantes manifiesta no sentir cansancio con la exigencia académica de la institución, por lo cual las tutorías no son utilizadas en mayor medida; en los factores institucionales resaltaron la importancia de la relación entre estudiantes y docentes o administrativos; y finalmente en los factores de ingreso, resaltaron la necesidad de que los programas de Uniempresarial cuenten con reconocimiento y precio accesible. (Market Nova, 2017)

Con el fin de complementar las anteriores acciones desarrolladas por Uniempresarial para contribuir al aumento de la retención en los programas duales de pregrado, a continuación, se relacionan las cifras de retención y deserción estudiantil relacionadas por el área de registro y control de Uniempresarial en noviembre de 2017:

Programa	General				Deserción Intersemestral						Promedio Deserción int.	Promedio Retención int.
	Se han ido	Quedan	Deserción	Retención	01-feb	02-mar	03-abr	04-may	05-jun	06-jul		
ADM	723	629	43%	57%	18%	12%	6%	3%	2%	1%	7%	92%
FIN	838	533	53%	47%	15%	18%	9%	6%	6%	3%	10%	89%
MKT	24	49	32%	68%	1%	12%	7%	9%	1%	1%	5%	95%
IND	67	0	49%	51%	26%	12%	15%	6%			15%	82%
SOFT	61	0	51%	49%	33%	14%	14%				20%	82%
TOTAL	1713	1211	46%	54%	19%	14%	10%	6%	3%	2%	11%	88%

Programa	General				Deserción Intersemestral						Promedio Deserción int.	Promedio Retención int.
	Se han ido	Quedan	Deserción	Retención	01-feb	02-mar	03-abr	04-may	05-jun	06-jul		
ADM JF	47	7	28%	72%	28%	-3%	10%	-8%	4%	5%	5%	90
FIN JF	223	80	19%	81%	26%	5%	-6%	-6%	6%	5%	3%	91
MKT JF	115	63	55%	45%	31%	18%	9%				19%	81
INDS JF	25	7	46%	54%	46%						46%	54
SOFT JF	41	16	38%	62%	38%						38%	62
TOTAL	451	173	37%	63%	34%	7%	4%	-7%	5%	5%	22%	76

Resumen	Se han ido	Quedan	Deserción	Retención
DUALES	2164	1384	42%	58%

Tabla 1: Porcentajes de retención y deserción Uniempresarial. Datos suministrados por el área de registro y control de Uniempresarial (2017)

De las anteriores cifras se puede concluir que los programas duales cuentan con un porcentaje de retención del 58%, en donde la jornada flexible presenta mayor porcentaje de este índice en comparación a la jornada diurna. También se puede concluir que los primeros tres periodos académicos son los que mayor índice de deserción presentan, es decir, que la retención va aumentando a medida que a los estudiantes promueven periodos académicos.

Los anteriores datos permiten identificar que el índice de retención de los programas duales de Uniempresarial es del 58%.

Marco Teórico

Marco conceptual: Retención Universitaria

Teniendo en cuenta que identificar las acciones que puede implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial es el objetivo de esta consultoría; se hace necesario definir conceptualmente la retención universitaria, revisar los factores que se relacionan y conocer estrategias para fortalecerla.

Ahora bien, es importante aclarar que existe un gran número de definiciones e investigaciones relacionadas con la retención, encontrando en la gran mayoría la necesidad de tener en cuenta la definición de la deserción para su comprensión. Aunque sean términos antónimos, y en el presente estudio el objetivo sea investigar sobre la retención, a continuación, se expone una línea de tiempo con diferentes definiciones de deserción universitaria:

Autor	Definición de Deserción
Gordillo (1970)	Hecho de que el número de alumnos matriculados en la universidad no siga la trayectoria normal de su carrera, bien sea por retirarse de ella o por demorar más tiempo del previsto en finalizarla, es decir por repetir cursos. (Torres, 2012. pág. 19-13)
Nieto (1981)	Desertor: individuo que se ha alejado de las metas que se fijó inicialmente. (Torres, 2012. pág. 19-13)
Ricoachury (1984)	Abandono que los estudiantes hacen de sus actividades escolares antes de concluir su ciclo de estudios o de obtener su grado. (Torres, 2012. pág. 19-13)
Tinto (1989)	Deserción individual: fracaso individual en completar un determinado curso de acción para alcanzar una meta deseada, la cual fue la que motivó al estudiante a ingresar a una institución. Deserción institucional: cada estudiante que deserta genera una vacante en la institución, lo cual da lugar a una posible pérdida de recursos para la institución. Deserción estatal o nacional: la deserción comprende el abandono del estudiante del sistema educativo en general. (Torres, 2012. pág. 19-13)

Páramo y Correa (1990)	<p>La deserción no es solo el abandono definitivo de las aulas de clase, sino también el abandono de la formación académica, siendo una decisión personal que no obedece a un retiro académico forzoso por la falta de éxito académico o por asuntos disciplinarios. Existen seis tipos de deserción:</p> <p>Deserción total: abandono definitivo de la formación académica individual.</p> <p>Deserción discriminada por causas: según la causa de la decisión.</p> <p>Deserción por facultad (escuela o departamento): cambio de facultad.</p> <p>Deserción por programa: cambio de programa en una misma facultad.</p> <p>Deserción en el primer semestre de la carrera: ocurre por inadecuada adaptación universitaria.</p> <p>Deserción acumulada: es la sumatoria de deserciones en una institución. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
Osorio (1999)	<p>Episodio de deserción: abandono voluntario o forzado de la carrera en la que el estudiante se matriculó. Un estudiante puede abandonar en varias oportunidades un mismo programa, o de forma parcial. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
ICFES (2000)	<p>Cantidad de estudiantes que abandonan el sistema de educación superior entre uno y otro periodo académico (semestre) de un año, calculada a partir del balance entre el estado del primer semestre, disminuido en los egresados del mismo periodo y adicionado con los alumnos nuevos. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
Giovagnoli (2002)	<p>Situación a la que se enfrenta un estudiante cuando aspira y no logra concluir su proyecto educativo en el tiempo planeado. (Murcia, N. 2015. pág. 5)</p>
Himmel (2002)	<p>Abandono prematuro de un programa de estudios antes de alcanzar el título o grado, considerando un tiempo suficientemente largo como para descartar la posibilidad de que el estudiante se reincorpore.</p> <p>Existen dos tipos de deserción: la voluntaria y la involuntaria. La primera se refiere a la renuncia a la carrera por parte del estudiante o del abandono no informado a la institución de educación superior; y la segunda, se produce como consecuencia de una decisión institucional, fundada en sus reglamentos vigentes, que obliga al alumno a retirarse de los estudios. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
Castaño (2004)	<p>Situación a la que se enfrenta un estudiante cuando aspira y no logra concluir su proyecto educativo. Existen dos tipos de abandono:</p> <p>(1) La deserción con respecto al tiempo: (a) deserción precoz: individuo que habiendo sido aceptado por la universidad no se matricula, (b) deserción temprana: individuo que abandona sus estudios en los cuatro primeros semestres de la carrera y (c) deserción tardía: individuo que abandona los estudios en los últimos seis semestres</p> <p>(2) La deserción con respecto al espacio: (a) deserción interna o del programa académico: se refiere al alumno que decide cambiar su programa académico por otro que ofrece la misma institución universitaria, (b) deserción institucional: caso en el cual el estudiante abandona la universidad, y (c) la deserción del sistema educativo. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
González (2006)	<p>Hecho de que un individuo en edad de proseguir estudios y que frecuentaba un establecimiento de enseñanza, interrumpa sus estudios bajo causales que no son enfermedad ni muerte, proceso psicosocial complejo, en el cual confluyen aspectos estructurales, sociales, comunitarios, familiares y emocionales para los estudiantes. (Torres, 2012. pág. 19-13)</p>
UNESCO - Ieselac (2010)	<p>La proporción de estudiantes que suspenden, cambian de carrera, o la abandonan antes de obtener el título. (Murcia, N. 2015. pág. 5)</p>
Murcia (2015)	<p>Interrupción en la trayectoria académica individual, la cual genera un distanciamiento entre las expectativas del estudiante frente a su proyecto educativo y las posibilidades objetivas de llevarlo a cabo. (Murcia, N. 2015. pág. 5)</p>

Tabla 2: Línea de tiempo definiciones deserción. Elaboración propia (2018)

De acuerdo a la anterior tabla, la deserción ha sido un concepto con múltiples definiciones, por lo cual para la presente investigación se tendrá en cuenta a la deserción como una interrupción o cambio (temporal o definitivo) de un programa educativo, lo cual puede darse en diferentes momentos del proyecto académico, e intervienen diversos factores como por ejemplo los individuales, familiares, sociales, económicos, institucionales y emocionales.

Teniendo ahora un panorama más amplio sobre la deserción, y considerando que en Uniempresarial, según el marco contextual anteriormente expuesto, las acciones que se han efectuado se centran en este término. La presente consultoría quiere aportar una perspectiva diferente, abordando la misma coyuntura pero desde el concepto de retención, para lo cual, se presentará a continuación algunas definiciones y modelos expuestos en diversos artículos encontrados sobre el tema en especial en uno de los documentos nacionales más completos llamado *Retención estudiantil en la educación superior revisión de la literatura y elementos de un modelo para el contexto Colombiano* publicado por la Universidad Javeriana (2012):

Autor	Definición
Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (AICD) (2003)	Trayectoria académica exitosa que lleva a un estudiante que se matricula a la educación superior a su graduación. (Murcia, N. 2015. pág. 5)
Donoso y Schiefelbein (2007)	El modelo de Tinto asume que diversas variables contribuyen a reforzar la adaptación a la institución: antecedentes familiares (nivel socioeconómico y cultural de la familia), los valores que sustenta, los atributos personales, la experiencia académica preuniversitaria, la integración académica (el rendimiento académico y el desarrollo intelectual), la integración social (desarrollo y frecuencia de las interacciones positivas con pares y docentes), y la participación en actividades extracurriculares.(Torres, L. 2012).
OEA (2010)	Capacidad que tiene el sistema educativo para lograr la permanencia de los alumnos en las aulas, garantizando la terminación de ciclos y niveles en los tiempos previstos y asegurando el dominio de las competencias y conocimientos correspondientes. (Murcia, N. 2015. pág. 5)
Pedraza, Moreno, & Pineda (2011)	Deriva del latín retentio-onis, que significa acción y efecto de retener. (Murcia, N. 2015. pág. 5)

Tabla 3: Línea de tiempo definiciones retención. Elaboración propia (2018)

De acuerdo a la anterior tabla la retención puede ser definida como la capacidad de las IES para lograr la permanencia de los estudiantes en los proyectos educativos hasta su graduación, contemplando múltiples factores (personal, cultural, social, económico e institucional).

Ahora, teniendo en cuenta que la retención depende de las estrategias que las IES construyan para su realización, Torres, L. (2012) señala que dichas estrategias deben contemplar como mínimo los siguientes procesos institucionales: promoción, admisión, apoyo financiero, servicios académicos, pensum de los programas, bienestar estudiantil, servicios académicos e infraestructura; los cuales deben ser trabajados de forma interrelacionada por medio de un sistema que permita su monitoreo constante y que involucre y reconozca el conocimiento de los directivos de la institución, colaboradores y docentes.

Adicionalmente, el mismo autor argumenta que implementar estrategias de retención resulta menos costoso que implementar estrategias para atraer estudiantes nuevos. Y al parecer, programas de refuerzo académico adicional y actividades extracurriculares que permitan el desarrollo del pensamiento crítico y habilidades cognitivas, son dos de las actividades que más fomentan la retención. Ahora bien, para lograr lo anterior es fundamental reconocer las necesidades de los estudiantes y apoyarse en modelos existentes. (Torres, 2012, pág. 115)

Algunos factores que se relacionan con la retención son: la preparación académica que el estudiante tenga antes de ingresar a la institución, ambiente institucional, el compromiso con los objetivos institucionales, la integración social y académica, la ayuda financiera, orientación vocacional, bienestar universitario, reglamentos estudiantiles, cursos de nivelación principalmente en lectura, escritura y matemáticas. Adicionalmente algunos estudios señalan la importancia de incluir al núcleo familiar del estudiante en la institución, por medio de actividades o espacios destinados a este segmento. También las buenas relaciones sociales con profesores, colaboradores y otros estudiantes influyen en la persistencia del estudiante. Relacionado con lo anterior Tinto (1989) propone las siguientes categorías de factores influyentes sobre la retención: actitudes, creencias, percepciones y compromisos del estudiante, aspectos sociales,

aspectos económicos, contexto familiar y socioeconómico y vivencias del estudiante en la institución (Torres, 2012, pág. 116).

Además de los factores se pueden mencionar algunas estrategias de retención que se encuentran en estudios internacionales, los cuales indican que formar comunidades de aprendizaje es muy efectivo para fomentar la retención, ya que los estudiantes no solo mejoran sus resultados académicos, sino que adicional construyen redes de apoyo con otros estudiantes y docentes. Crear comités de retención en donde se realice identificación y seguimiento de estudiantes en posible riesgo también se configura como una estrategia clave para retener estudiantes, al igual que incluir actividades previas a la admisión como por ejemplo soporte estudiantil y la identificación de alto riesgo. (Torres, 2012, pág. 117)

Algunos ejemplos de estrategias de retención son el programa de créditos académicos, el cual ofrece líneas de financiación en corto, mediano y largo plazo y los programas de tutorías, en donde cada estudiante tiene un tutor que vela por los resultados académicos implementado por la Pontificia Universidad Javeriana para incrementar sus porcentajes de retención. Otro ejemplo son los programas de becas de la Universidad Eafit, quienes identifican a los estudiantes con dificultades económicas y otorgan becas con estímulos académicos, adicional a la implementación de un programa de monitoria. (Torres, 2012, pág. 119)

Según Vásquez y colaboradores (2008) las estrategias desarrolladas por las instituciones de educación superior en el país, se pueden clasificar en dos grupos: aquellas dirigidas al control de la deserción precoz, como es el caso de la Universidad de Antioquia, quienes llaman a los admitidos para completar los cupos de la Universidad y amplían la cobertura de llamadas a interesados. Y las estrategias para el control de la deserción temprana y tardía, las cuales tienen estrategias financieras, académicas, psicológicas y de gestión universitaria, además del bienestar universitario, orientación vocacional y la gestión de la inserción en el mercado laboral. (Torres, 2012, pág. 144)

Ahora bien, para implementar un plan de retención es importante que se involucre a toda la comunidad académica, se construyan políticas institucionales que aumenten el compromiso frente al programa, se ofrezcan servicios globales con un fuerte apoyo

docente y con participación de los estudiantes y se recolecten datos sistemáticamente que permitan el seguimiento individualizado de los estudiantes. También es fundamental que las instituciones destinen los recursos necesarios para el desarrollo del programa e incentiven su participación, al igual que contemplen el programa a largo plazo y de forma continua, realizando evaluaciones periódicas del proceso y basándose en estudios y su propia historia para tomar decisiones focalizadas en los estudiantes, que les permitan pre-planificar, planificar, ejecutar y monitorear el programa. (Torres, 2012, pág. 145)

En conclusión, la retención universitaria involucra a toda la comunidad universitaria, y es importante que para su planteamiento y ejecución se tenga en cuenta las características únicas de cada institución, se oficialicen las acciones que se van a realizar por medio de políticas internas, se provean todos los recursos necesarios a corto, mediano y largo plazo y se realicen seguimientos constantes.

Antecedentes bibliográficos: Retención Universitaria

Conociendo ahora el marco conceptual de la retención, se retomará a continuación algunas estudios sobre el tema, teniendo en cuenta que la retención estudiantil según Scopus ha tenido un aumento investigativo en los últimos 10 años, pasando de 600 documentos creados sobre la temática en el 2006 a 900 en el 2016, la mayoría de estos documentos son artículos, conferencias y opiniones provenientes de fuentes educativas de Estados Unidos y los autores con mayor participación en el tema son Ohland M.W., Roediger, H.L. y Anderson-Rowland, M.R.

Adicional a lo anterior, las fuentes más relevantes para el tema de retención estudiantil en Colombia son el ministerio de Educación Nacional, específicamente la herramienta para hacer seguimiento sobre las cifras de deserción de estudiantes de la educación superior SPADIES, en donde se pueden encontrar todos los datos suministrados por las IES. Al igual que las instituciones de educación superior, las cuales aportan un número significativo de textos relacionados, encontrando algunos de estos a continuación:

En el libro “*Retención estudiantil en la educación superior revisión de la literatura y elementos de un modelo para el contexto colombiano*”, escrito por Luz Elba

Torres y publicado por la Universidad Javeriana, se reconoce la retención estudiantil como una estrategia vital para la educación superior, resaltando que en Colombia es escasa la información que se encuentra sobre esta temática y reconociendo que aunque las IES efectúan acciones efectivas en contra de la deserción y El Plan Decenal de Educación 2006-2016, los Planes Nacionales de Desarrollo 2002-2006 y 2006-2010, y los Planes Sectoriales de Educación 2002-2006 y 2006-2010 plantean metas y acciones relacionadas con la retención, existe muy poca información sobre este tema.

Lo anterior, da sustento a la autora para realizar una investigación sobre teorías, modelos y estrategias desarrolladas para enfrentar la deserción a nivel nacional, con el objetivo de identificar soluciones que aporten al incremento de la retención estudiantil, aportando a la presente consultoría en elementos teóricos que sustentan el concepto de retención y deserción estudiantil (anteriormente expuesto), además de dar un contexto amplio sobre la educación en Colombia.

El artículo “Efectividad de las estrategias de retención universitaria: la función del docente” escrito por un grupo de investigadores de la Maestría en Educación de la Universidad de la Sabana, se centra en examinar el papel del docente en la retención universitaria por medio de un estudio descriptivo elaborado a través de una encuesta virtual resuelta por 322 IES, junto con entrevistas a directivos encargados de retención de 26 IES. (Pineda, Pedraza y Moreno. 2011)

Este estudio reveló que la vinculación de estudiantes a grupos de estudio liderados por docentes fortalece la integración activa de los estudiantes que les permite sentirse más comprometidos y aceptados lo que favorece la retención, al igual que las actividades relacionadas con el sector empresarial, como lo son las prácticas y actividades de labor social. Adicionalmente esta investigación identificó que la IES se esfuerzan por contar con docentes idóneos que logren una integración entre el campo académico y laboral, y que permitan a los estudiantes desarrollar mayor motivación por la materia y la carrera, lo que finalmente repercutiría sobre la retención estudiantil. Concluyendo que el docente es un actor que acompaña al estudiante desde un rol cercano y motiva el aprendizaje, convirtiéndose en parte fundamental para estrategias de retención (Pineda, Pedraza y Moreno. 2011)

Este artículo aporta a la presente consultoría en brindar estudios que sustenten la importancia de los docentes, desde un rol que permite un seguimiento individualizado de los estudiantes, no solamente para un mejor desempeño académico, sino que permite fomentar la integración a la vida universitaria, ampliar relaciones entre estudiantes y motivar continuar y finalizar los programas académicos.

En el artículo “Causas asociadas a la deserción estudiantil y estrategias de acompañamiento para la permanencia estudiantil” presentado por la Universidad Santo Tomás, se realiza una revisión literaria centrada en las causas de deserción en Colombia y las estrategias que las IES han empleado para contrarrestarla. Encontrando los factores individual, socioeconómico, institucional y académico como aspectos que influyen sobre la deserción. (Cely y Duran, 2014, pág. 2-3).

El factor individual hace referencia a todo lo relacionado con la personalidad de los estudiantes, su historia, percepciones y preferencias; el factor socio-económico se refiere a la relación y apoyo familiar y social, capacidad económica, valores, creencias y ambiente familiar; el factor institucional hace referencia al compromiso de la institución para proveer al estudiante de todas la herramientas necesarias para culminar su programa académico, lo cual implica articular las expectativas de los estudiantes al funcionamiento de la organización; y el factor académico hace alusión a la capacidad de aprendizaje y compromiso del mismo frente al programa académico, también incluye la capacidad de adaptación y orientación vocacional. (Cely y Duran, 2014, pág. 5).

Por otro lado, el artículo también hace énfasis en estrategias de instituciones de educación superior para fomentar la retención de estudiantes, señalando la consejería, la orientación psicopedagógica, el acompañamiento psicológico, planes de financiación, tutorías, nivelaciones académicas, programas de monitores y talleres de hábitos de estudio como las prácticas más adoptadas por las IES. (Cely y Duran, 2014, pág. 8).

En conclusión, este artículo permite conocer elementos relevantes sobre las causas deserción y estrategias de retención de las instituciones de educación superior colombianas, y contemplar el carácter multidimensional de la retención.

Los anteriores estudios permiten identificar que la retención, aunque ha sido un concepto de interés reciente en Colombia, es un elemento fundamental para las instituciones educativas ya que requiere la integración de todos los roles (directivos, docentes, colaboradores, estudiantes, funcionarios) y procesos de las instituciones. Además de incluir este concepto en la planeación institucional y generar estrategias a largo plazo que permitan realizar seguimiento de las acciones efectuadas para fomentar la retención y una constante retroalimentación.

Marco conceptual: Mercadeo Educativo Relacional

Conociendo el marco conceptual y referencial de la variable dependiente de esta consultoría, retención universitaria. A continuación, se encontrará el mismo esquema para la variable independiente, marketing educativo relacional.

El Marketing ha evolucionado a lo largo del tiempo: en la década de los 50's se centraba en los productos de consumo, en los 60's en los mercados industriales, en los 70's en la sociedad y organizaciones sin fines de lucro, en los 80's en el marketing de servicios y en los 90's empieza a centrarse en las relaciones (Castro, 2017.pág 44). Lo anterior permite que el marketing se conceptualice de acuerdo a los sectores económicos, para este caso la educación. Lo anterior permite encontrar diversas definiciones al largo del tiempo como se relaciona a continuación:

Autor y Año	Marketing Educativo Relacional
Berry (1983)	Consiste en atraer, mantener y realizar las relaciones con los clientes. (Mejía, 2013.pág 24)
Jackson (1985)	Marketing orientado a preservar fuertemente y a alargar las relaciones con sus integrantes. (Mejía, 2013.pág 24)
Kotler Philip (1988)	Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos bienes y servicios de valor para todos. (Suca, 2012. pág. 37).
Granroos (1990)	Consiste en establecer, mantener, realizar y negociar relaciones con el cliente de tal modo que los objetivos de las partes involucradas se consigan. (Mejía, 2013.pág 24)
Berry y Parasuraman (1991)	El Marketing de relaciones supone atraer, desarrollar y retener las relaciones con los clientes. (Mejía, 2013.pág 24)
Christopher, Payne y Ballantyne (1991)	El Marketing de relaciones supone la síntesis del servicio al cliente, la lealtad y el marketing. (Mejía, 2013.pág 24)

Shani y Chalasani (1992)	Es un esfuerzo integrado para identificar, mantener y construir una red de consumidores individuales y fortalecer continuamente la red para el beneficio mutuo por medio de contactos interactivos, individualizados y de valor añadido durante un largo periodo de tiempo. (Mejía, 2013.pág 24)
Evans y Laskin (1994)	Aproximación centrada en el cliente que busca relaciones a largo plazo con clientes actuales y potenciales. (Mejía, 2013.pág 24)
Shet y Parvatiyar (1994)	Comprensión, explicación y gestión de las relaciones entre proveedores y clientes.(Mejía, 2013.pág 24)
Díaz (1994)	Es fundamental la retención de los clientes, se orienta hacia los beneficios del producto, plantea una visión a largo plazo, se enfatiza en el servicio al cliente, le interesa tener un alto nivel de contacto con los clientes y se preocupa por localidad (Castro, 2017.pág 44)
Clark y Payne (1995)	Atraer y realizar relaciones a largo plazo con los clientes.(Mejía, 2013.pág 24)
Kotler y Fox (1995)	La relación entre marketing y educación inicia desde que las instituciones ofrecen sus servicios a cambio de una retribución monetaria, comercializando así a la educación como cualquier otro producto o servicio(Mejía, 2013.pág 24)
Joseph Alet (2000)	Marketing relacional es el proceso social y directo de establecer y cultivar relaciones con los clientes, creando vínculos con beneficios para cada una de las partes, incluyendo a vendedores, prescriptores, distribuidores y cada uno de los interlocutores fundamentales para el mantenimiento y explotación de la relación. (Suca, 2012. pág. 37).
Alfaro Manuel (2004)	Marketing relacional es la gestión estratégica de relaciones de colaboración con clientes y otros actores, con el objetivo de crear y distribuir valor de forma equitativa. (Suca, 2012. pág. 37).
Ackerman y Schilbrowsky (2007)	Puede ser utilizado en varios sectores, incluyendo la educación. Permite entender la lealtad del cliente y mejorar los índices de satisfacción, buscando construir la relación de intercambio entre cliente y empresa (estudiante y universidad) y mantenerla en el tiempo. (Mejía, 2013.pág 24)
Eckel (2007)	Marketing Educativo es esencial, la competencia entre IES las impulsa a crear estrategias que las posicione mejor en el mercado, por medio del mejoramiento de sus docentes, tecnología e infraestructura. (Mejía, 2013.pág 24)
Lopez, Pinto, Machuca y Viscarri (2008)	Se involucra especialmente la interacción, comunicación planificada y el dialogo. En la interacción se contempla la posibilidad de tener varios tipos de contacto con los clientes; el proceso de comunicación debe ser de doble sentido o multi-sentido y el dialogo puede darse en cuatro tipos de mensajes: mensajes que son parte del proceso de comunicación planificada, mensajes creados a través del proceso de interacción, mensajes no planificados y mensajes personalizados. (Castro, 2017.pág 44)
Bacilia (2011)	El marketing puede ser útil en las IES en el sentido en que les ayuda a comprender el contexto, identificando las variaciones y desarrollando acciones que le permita un servicio de calidad (Mejía, 2013.pág 24)
Ferrell y Hartline(2012)	En el Marketing Relacional la meta es mantener y desarrollar arreglos a largo plazo, mutuamente satisfactorios, donde el comprador y vendedor se centran en el valor obtenido de la relación, promueve la confianza con el cliente y la empresa, que posteriormente puede desarrollar una comprensión más profunda de las necesidades y deseos de los clientes (Castro, 2017.pág 40)

Ackerman y Schobrowsky(2015)	El marketing relacional permite construir una relación personalizada con los estudiantes e identificar las inquietudes particulares que se relacionan con la posibilidad de dejar sus estudios, lo cual puede contribuir de forma diferente a las estrategias de retención. Preocupándose por la relación con los estudiantes, conociéndolos, identificando sus necesidades y lo que consideran importante. (Isabel, 2016)
------------------------------	--

Tabla 4: Línea de tiempo definiciones marketing educativo relacional. Elaboración propia (2018)

La anterior tabla permite conocer diferentes definiciones del marketing educativo relacional, conceptualizándolo como una herramienta útil para atraer, retener y fidelizar a los estudiantes, por medio de la identificación, construcción y permanencia de la relación o vínculo entre universidad y estudiante, en donde es fundamental tener una visión a largo plazo y con un alto contacto para así crear valor y beneficios bidireccionales, lo cual promueve la confianza y permite identificar necesidades de los alumnos.

Al respecto, Nubia Murcia y Pedro Ramírez Angulo, del Politécnico Gran Colombiano, señalan que los estudiantes cada vez más les interesan un contacto personalizado, con comunicación entre ambos lados, en donde logre obtener respuestas a sus preguntas rápidamente y a la medida de su situación, lo cual permite que el mercadeo educativo y relacional sea una herramienta fundamental para la retención. (Isabel, 2016).

En la misma línea, el texto *Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica en las Instituciones Educativas*, argumenta que el Marketing educativo relacional se diferencia de otras perspectivas en el momento de contemplar la relación con el estudiante como un aspecto clave para la consecución de nuevos alumnos. Dejando de lado indicadores como la participación de mercado o volumen de ventas y priorizando la tasa de retención de clientes. (Suca, 2012. pág. 37).

Ahora bien, existen áreas clave que permiten lograr una relación a largo plazo entre los estudiantes y la institución educativa. La primera de ellas es la información que tiene la institución sobre sus estudiantes actuales y posibles aspirantes, la cual tiene que estar cualificada y en permanente actualización para así poder identificar las necesidades de los alumnos; la segunda área clave consiste en adaptar los programas de marketing a

los servicios institucionales con base a la información obtenida de los estudiantes y aspirantes, y así poder efectuar la tercera clave, integrar el plan de comunicaciones y permitir que se dirija de forma personalizada a cada integrante de la comunidad educativa, para finalmente controlar y gestionar la relación con cada estudiante a largo plazo. (Suca, 2012. pág. 38).

El Marketing educativo relacional, también se basa en la imagen ya ganada en base a un posicionamiento y aceptación en el mercado de la IES, pretendiendo fidelizar al estudiante por medio de su completa satisfacción con el servicio educativo y buscando llegar a los estudiantes y nuevos aspirantes con el mínimo de costo, incrementando los porcentajes de recomendación de la institución y recompra de otros programas académicos. (Suca, 2012. pág. 40).

Para lograr lo anterior, es fundamental contar con un sistema de información que permita gestionar las diferentes etapas de la relación con los alumnos, diferenciando entre la consecución de nuevos estudiantes, la fidelización de estudiantes y la recuperación de alumnos desertores. También se pueden gestionar las relaciones por grupos de estudiantes determinados (programas, jornadas, etc.), fortaleciendo la imagen institucional comunicando el valor que aporta, incrementando la satisfacción del estudiante y abriendo canales de comunicación efectivos. (Suca, 2012. pág. 40).

En la misma línea, Swail, Redd y Perna (2003) proponen un modelo de retención universitaria basados en la relación con los alumnos, en donde resaltan que los siguientes programas institucionales deben estar relacionados entre sí y son responsables del servicio que presta la institución a sus alumnos: los programas de reclutamiento y admisión, los programas de servicios académicos, los programas de servicio estudiantil, los programas de apoyo financiero y los programas relacionados con el currículo estudiantil. (Murcia, 2015).

En conclusión, el marketing educativo relacional ofrece una alternativa a las instituciones de educación superior que permite promover la captación, retención y fidelización de los estudiantes, por medio del vínculo entre la institución y los alumnos. Permitiendo un trato personalizado basado en una forma de comunicación bidireccional que da la posibilidad de identificar las principales necesidades de los alumnos y así crear planes de acción institucionales que permitan su satisfacción repercutiendo directamente

en la imagen organizacional y la posibilidad de que la comunidad educativa referencie en mayor medida a la institución. Ahora bien, para lograr lo anterior es necesario un sistema de información que permita registrar y hacer seguimiento a los estudiantes, además de integrar todas las áreas institucionales y crear planes y acciones que abarquen de manera general a todos los actores y procesos de la universidad.

Antecedentes bibliográficos: Mercadeo Educativo Relacional

Conociendo la definición de marketing educativo relacional, a continuación, se exponen diferentes investigaciones relacionadas con el concepto en IES:

En la tesis “El Marketing Relacional como herramienta estratégica de fidelización para la carrera de Administración y Emprendimiento de una Universidad Privada” (Enrique Castro, 2017) el autor se centra en resolver si el Marketing Relacional es una herramienta estratégica de fidelización para la carrera de Administración y Emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola de Perú. Aplicando una encuesta a la muestra representativa de 194 estudiantes activos del programa, diseñada mediante una operacionalización de categorías y teniendo en cuenta resultados de Focus Group y entrevistas a profundidad realizadas previamente.

Como resultado de esta investigación, el autor concluye que existe una correlación entre el Marketing Educativo Relacional y la Fidelización de un 85%. Conceptualizando al Marketing Relacional como la generación de todos los aspectos de una relación: confianza, cercanía, afinidad y comunicación entre el cliente y la empresa, lo cual permite desarrollar una comprensión amplia de las necesidades y deseos de los clientes; y la fidelización como el nivel de lealtad que una persona tiene con la marca, producto o servicio (Castro, 2017, pág. 81).

Adicionalmente valida la hipótesis de que el Marketing Relacional es una herramienta estratégica para mejorar la calidad del servicio y el prestigio del programa, ya que en sus resultados se hizo evidente la importancia de la relación entre la calidad del servicio y el nivel de cercanía entre los funcionarios y docentes de la institución y los estudiantes. Así mismo el autor encuentra que el trato directo, la frecuencia de la comunicación, la calidad

de la atención y el nivel de compromiso de los estudiantes incrementan los niveles de satisfacción y mejoran los índices de recomendación de la institución (Castro, 2017, pág. 69).

Por último, el autor sugiere que los directivos del programa realicen seguimiento a los alumnos, con el fin de hacer más cercana su relación; crear programas de capacitación sobre atención al cliente e incluir a los alumnos que recomendarían la carrera en actividades de promoción universitaria. (Castro, 2017, pág. 85).

Esta investigación sirve como referencia para la presente consultoría porque permite corroborar, en este caso específico, la relación existente entre el Marketing Relacional y la Fidelización, lo cual contribuye al objetivo de la presente investigación.

En la tesis de maestría “Recompras de programas académicos en educación superior, los factores decisivos desde el marketing. Caso aplicado a una Institución bogotana” escrita por Diego Mejía Galeano en el 2013. El autor ante la problemática de no contar con suficientes aspirantes para los programas posgrado realizó tres fases de investigación, en donde por medio de revisión literaria, análisis descriptivos y análisis de correspondencia pretendió lograr insumos para tomar decisiones estratégicas en marketing y así mantener un nivel adecuado de estudiantes de posgrado pensando en las recompras de los estudiantes de pregrado.

De lo anterior, el autor encontró que el desempeño de la institución es un aspecto fundamental que incide en la recompra o recomendación de la universidad. La mayoría de los estudiantes que no van a realizar recompra no lo hacen por un interés específico en otras IES, sino porque han reconocido falencias en el producto educativo. Adicional logró caracterizar a los estudiantes que hacen recompra describiéndolos como personas cuyas expectativas fueron satisfechas tanto en el servicio educativo como en los servicios anexos, que adicional se encuentran interesados en la formación y se ven atraídos por los descuentos financieros y sienten confianza con la institución, mantuvieron buenas relaciones con docentes y funcionarios, construyendo lazos sociales y financieros fuertes dando como resultado la lealtad. (Mejía, 2013).

Esta investigación permite identificar que la relación entre funcionarios/docentes y estudiantes es determinante para el re compra, al igual que la calidad de los servicios prestados, como lo señala el Marketing Educativo Relacional. La anterior investigación da sustento teórico y referencial a la presente consultoría.

En la tesis de maestría “*Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica en las Instituciones Educativas de la Red 07 en la Unidad Gestión Educativa Local 05 en San Juan de Lurigancho*”, escrita por Roberto Elias Suca Riveros. El autor planteó como objetivo demostrar la relación del marketing estratégico relacional educativo y la calidad de la gestión pedagógica por medio de una metodología de investigación cuantitativa. Encontrando en sus resultados que entre estas dos categorías existe una correlación positiva considerable de acuerdo al coeficiente de correlación de Pearson estableciendo así que a buen marketing estratégico relacional educativo mayor calidad de la gestión pedagógica.

En esta investigación el autor señala que la gestión en la educación implica que los directivos y coordinadores de las instituciones asuman el reto de solucionar problemas como la falta de recursos económicos, deserción escolar, mala imagen institucional, infraestructura y mobiliario en mal estado, la disminución de la matrícula en las instituciones educativas, entre otros. Pero las instituciones educativas normalmente no tratan se solucionar estas problemáticas por medio del marketing, ya que se cree que esta herramienta se refiere solo a publicidad y promoción, cuando en realidad el Marketing Educativo Relacional permite que la institución se preocupe por lograr que la calidad del servicio supere las expectativas de los estudiantes, padres y apoderados, permitiendo así no solo conseguir estudiantes nuevos sin lograr mantenerlos y fidelizarlos (Suca, 2012. Pág. 13).

Adicionalmente Suca recomienda que las instituciones educativas implementen planes de marketing estratégico relacional educativo para poder fidelizar a los estudiantes por medio de la satisfacción de sus expectativas, capacitando a docentes y administrativos y así elevar la calidad de la gestión pedagógica (Suca, 2012. Pág. 20).

La anterior investigación aporta a la presente consultoría en otorgar insumos teóricos sobre el Marketing Educativo Relacional, además de evidenciar la relación entre

esta variable y la gestión educativa, la cual según el autor permite atraer, retener y fidelizar nuevos estudiantes. Adicionalmente hace énfasis en la necesidad de implementar estrategias de marketing desde esta perspectiva en las instituciones de educación superior.

En la tesis “Motivos de deserción estudiantil en programas virtuales de posgrado: revisión de caso y consideraciones desde el mercadeo educativo y el mercadeo relacional para los programas de retención” escrita por Nubia Murcia Se pretendió fortalecer desde la perspectiva del mercadeo educativo relacional la metodología virtual de programas de posgrado, por medio de un estudio cualitativo que le permitieron conocer los motivadores de deserción y retención.

Como resultado de esta investigación se encontró que los factores más relevantes para la retención fueron los servicios académicos en donde es muy importante la atención al estudiante, la comunicación bidireccional (estudiante y docente) y la tecnología. Adicionalmente el apoyo financiero es una herramienta útil para que los estudiantes permanezcan en la institución e informar a los estudiantes al inicio del programa las exigencias del mismo también fue un aspecto destacado (Murcia, 2015).

De acuerdo con anterior, esta investigación concluye que los estudiantes cada vez más esperan un contacto personalizado por parte de las universidades, con una comunicación efectiva que dé respuestas a sus inquietudes en tiempos adecuados, permitiendo al mercadeo educativo y relacional ser una herramienta que fortalezca la retención estudiantil.

Las anteriores cuatro investigaciones permiten concluir que el mercadeo educativo relacional en casos específicos de IES ha sido una herramienta valiosa para retener, fidelizar y generar valor en las instituciones.

METODOLOGÍA

Conociendo las definiciones conceptuales y referenciales de retención y marketing educativo relacional y recordando que el objetivo de la presente consultoría es identificar las acciones que puede implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial bajo una perspectiva

de la modalidad dual. A continuación, se expone el esquema metodológico empleado para la presente investigación:

Tipo de investigación

La presente consultoría es una investigación cualitativa de carácter relacional, debido a que busca caracterizar la correspondencia entre la retención estudiantil de programas con modelo dual y el marketing educativo relacional.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, pág. 8-9):

“la investigación cualitativa utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Además se caracteriza por que sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo, se basan más en una lógica y proceso inductivo, van de lo particular a lo general, es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general, se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni completamente predeterminados, no se efectúa una medición numérica, la recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes, la preocupación directa del investigador se concentra en las vivencias de los participantes como descripciones utiliza técnicas para recolectar datos, como entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales entre otros”

Siguiendo con lo planteado por los autores, para cumplir con los objetivos de la presente investigación los instrumentos de medición correspondientes al enfoque cualitativo buscarán reconocer a profundidad percepciones, vivencias y experiencias de los participantes para así encontrar correspondencias que vinculen los puntos de vista de las unidades de análisis y los aspectos teóricos, referenciales y conceptuales expuestos anteriormente, realizando un análisis cuantitativo de los resultados encontrados.

Categorías

Dependiente: Retención Universitaria

Independiente: Mercadeo educativo relacional (cambia)

Muestra

La primera unidad de análisis seleccionada fueron los directivos de las cuatro universidades colombianas con programas pertenecientes a la red DHLA, con el fin de

conocer distintas experiencias sobre retención en programas duales de estas instituciones y así dar cumplimiento al primer objetivo específico de la presente consultoría teniendo una muestra del 100% de participación:

La segunda unidad de análisis seleccionada fueron estudiantes retirados durante los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial. Lo anterior sustentado bajo la dinámica reportada en el marco referencial, en donde el Ministerio de Educación Nacional y las cifras de deserción de Uniempresarial indican que los tres primeros periodos académicos son los que mayor índice de deserción presentan, por lo que tener en cuenta las experiencias y vivencias de los retirados en estos periodos nos permitirá reconocer aspectos del momento con menor retención en el proceso de formación profesional.

Y finalmente, la tercera unidad de análisis fueron estudiantes activos que se encuentran cursando los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial. Lo anterior teniendo en cuenta que al encontrarse en el momento en donde los estudios reportan mayor deserción, sus experiencias y vivencias sobre los aspectos que les permiten continuar permiten reconocer una parte no explorada hasta el momento por Uniempresarial en los estudios expuestos en el marco contextual.

Las dos últimas unidades de análisis permiten dar cumplimiento al segundo objetivo de la consultoría, el cual es reconocer de forma integral la actual estrategia de retención institucional. Para abordarlas se solicitó la base de datos institucionales al área de Registro y Control encontrando 5.865 datos, los cuales fueron depurados por programa y periodo académico cursado (programas duales de los primeros tres semestres) encontrando 250 datos, a los cuales se les realizó un envío de correo invitándolos a confirmar datos de contacto y participar en el proyecto, de los cuales 30 respondieron, logrando contactar por teléfono de forma censal a siete retirados y siete estudiantes para la aplicación del instrumento de investigación.

Y finalmente, para el cumplimiento del tercer objetivo específico el cual pretende contextualizar teóricamente los conceptos de marketing educativo relacional y retención universitaria, se desarrolló el marco referencial anteriormente expuesto, para el cual se utilizaron bases de datos como SCOPUS y bibliotecas de bases de datos con acceso abierto como Redalyc, las que permitieron profundizar teóricamente y conceptualmente

en las dos categorías de la investigación. Adicionalmente se priorizaron documentos enfocados en instituciones de educación superior colombianas o latinoamericanas.

Instrumentos de investigación

En cuanto a las técnicas utilizadas para la recolección de datos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de investigación, se estableció como método entrevistas semi-estructuradas. Este tipo de técnica de recolección de información “se basa en una guía de preguntas construidas por el entrevistador que le permiten precisar conceptos u obtener mayor información sobre la temática a investigar, adicionalmente el entrevistador tiene la libertad de realizar preguntas adicionales durante la aplicación sobre experiencias, opiniones, creencias, emociones o percepciones (Hernández, Fernández y Baptista. 2010. Pág. 418)

Teniendo en cuenta que la presente consultoría es de tipo cualitativo y relacional, para la construcción de los ítems de las entrevistas se definieron en primer lugar categorías de análisis emergentes del Marco Referencial, posteriormente se construyeron tres cuestionarios dirigidos cada uno a las unidades de análisis definidas anteriormente creando ítems transversales que permitieran reconocer la relación entre las respuestas de cada unidad de análisis y variables de la siguiente manera:

Variable	Definición	Entrevista Directores (Anexo 1)	Entrevista Estudiantes (Anexo 2)	Entrevista estudiantes activos (Anexo 3)
-----------------	-------------------	--	---	---

Dimensión del problema	<p>Según el Ministerio de Educación Nacional, si bien las tasas de cobertura para la educación superior en Colombia han estado en aumento, los porcentajes de permanencia y egreso de la IES no presentan esta misma dinámica; el porcentaje de deserción colombiano es del 44,9%, el cual comparado con países europeos es alto: España 24,9%, Unión Europea 12,8%, aunque comparados con otros países latinoamericanos nos encontramos en el promedio: Argentina 43% o Venezuela 52% es una realidad que afecta el desarrollo económico del país” (Universidad del Rosario, 2017).</p>	<p>4. ¿Cuál es el porcentaje de retención o deserción de los programas duales?</p>	<p>1. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no continuaste en Uniempresarial?</p>	<p>1. ¿Porque crees que las personas que se han retirado no continuaron en Uniempresarial?</p>
-------------------------------	--	--	---	--

Factores de retención	Variables que contribuyen a reforzar la adaptación a la institución .(Torres, L. 2012)	2. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención en la Institución? 7. ¿La universidad cuenta con algún tipo de sistema que le permita hacer seguimiento a los estudiantes o registrar su información? ¿Cuál?	3. ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial? 2. ¿Uniempresari al realizó alguna acción para ayudarte a continuar con tu carrera?	2. ¿Uniempresari al realiza alguna acción para ayudarle a los estudiantes a continuar con su carrera? 3. ¿Que hace que no cambies de Universidad?
Modelo dual	"En el sistema de formación dual los estudiantes alternan cada uno de sus periodos académicos entre la universidad y la empresa; en el primer escenario se dedican a aprender todos los conceptos teóricos necesarios para que en el segundo escenario desarrollen habilidades prácticas y conocimientos propios de la empresa en donde son aprendices. (DHLA, 2016, pág.8)	3. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención específicamente en programas duales?	5. ¿Qué fue lo que más te gusto del modelo dual? 6. ¿Qué fue lo que menos te gusto del modelo dual?	5. ¿Qué es lo que más te gusto del modelo dual? 6. ¿Qué es lo que menos te gusto del modelo dual?

Marketing educativo relacional	El marketing relacional permite construir una relación personalizada con los estudiantes e identificar las inquietudes particulares que se relacionan con la posibilidad de dejar sus estudios, lo cual puede contribuir de forma diferente a las estrategias de captación, retención y fidelización. Preocupándose por la relación con los estudiantes, conociéndolos, identificando sus necesidades y lo que consideran importante. (Isabel, 2016)	1. ¿Qué relación tiene con temas de retención en el programa dual?	7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes? 8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?	7. ¿Cómo es la relación entre estudiantes y docentes? 8. ¿Cómo es la relación entre estudiantes y colaboradores?
Estrategias de retención	"actividades que realiza el sistema educativo para aumentar la capacidad de permanencia de los alumnos en las aulas, garantizando la terminación de ciclos y niveles en los tiempos previstos y asegurando el dominio de las competencias y conocimientos correspondientes". (Murcia, N. 2015. pág. 5)	5. ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna en particular que tenga un mayor efecto en fomentar la retención? 6. ¿Desde su experiencia, cuál es la fórmula mágica para retener estudiantes?	4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudar a sus estudiantes a continuar con su carrera?	4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudarle a sus estudiantes a continuar con su carrera?

Tabla 5: Matriz de categorías y unidad de análisis. Elaboración propia (2018)

Procedimiento de recolección de datos

Una vez desarrollado lo anterior se establecen las siguientes etapas para la recolección de datos:

La primera etapa se podría denominar inmersión inicial en el campo, durante la cual el investigador se sensibiliza con el contexto y entorno de la investigación, realizando acciones necesarias para identificar informantes que correspondan a sus unidades de análisis y le permitan cumplir con sus objetivos (Hernández, Fernández y Baptista, (2010)).

Para el Desarrollo de lo anterior se realizó un acercamiento con el área de bienestar de Uniempresarial, solicitando informes, documentos y testimonios de los procesos de retención institucionales. Adicionalmente se hizo una aproximación a los portales web de universidades colombianas pertenecientes a la red DHLA, con el fin de buscar funcionarios vinculados directamente con programas duales, escribiendo correos y solicitando su participación para la investigación. También se envió una solicitud al área de registro y control de Uniempresarial, con el fin de conseguir la base institucional de estudiantes activos y retirados, realizando reuniones para poder dimensionar los datos, mientras que de forma paralela se investigaban las categorías de retención y marketing educativo relacional en diferentes bibliotecas virtuales.

La segunda etapa se podría denominar concepción del diseño del estudio y validación de instrumentos, en donde por medio del apoyo de la tutora del proyecto se revisaron los planteamientos básicos de la investigación (objetivos, problema, justificación) y se definieron los parámetros de construcción de los instrumentos de medición, análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Teniendo claro el esquema de la investigación, se realizó la validación de los instrumentos de medición, enviando un instructivo y matriz para este proceso a dos directores de instituciones del sector educativo de programas duales con un nivel de formación de maestría, quienes en su rol de jueces expertos validaron cada ítem de las entrevistas diseñadas para las unidades de análisis, como se puede corroborar en el Anexo 4 y Anexo 5.

Y finalmente la tercera etapa, se puede denominar recolección y análisis de datos, en donde se construye la Matriz de categorías y unidad de análisis anteriormente expuesta y se aplican los instrumentos de medición de la siguiente manera:

1. Recolección y análisis de datos a directivos de las cuatro universidades colombianas con programas pertenecientes a la red DHLA: Se contactan por correo electrónico con el fin de programar entrevista telefónica a los siguientes directivos de programas duales:

Institución de educación superior	Cargo
Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt	Decana
Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB	Director del programa de Administración dual
Universidad Autónoma de Occidente	Director de Programa Administración de Empresas modalidad Dual
Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial	Vicerrectora de Uniempresarial

Tabla 6: Universidades y representantes DHLA. Elaboración propia (2018)

Con su autorización se realizan las entrevistas encontradas en el Anexo 6, Anexo 7, Anexo 8 y Anexo 9. Posteriormente se transcribieron y relacionan respuestas en la matriz de categorías y unidades de análisis.

2. Recolección y análisis de datos retirados durante los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial y estudiantes activos que se encuentran cursando los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial

Como se relacionó en la muestra, para la recolección de estos datos se realizó una depuración de la base de datos de todos los estudiantes y retirados de Uniempresarial,

relacionada por el área de registro y control, filtrando por estudiantes y retirados de programas duales que se encontrarán en los primeros tres periodos académicos. Una vez identificados se envió un correo solicitando participación y confirmación de datos, para así llamar a las personas interesadas y aplicar entrevistas telefónicas correspondientes a las unidades de análisis. Una vez aplicadas se transcribieron las respuestas en los anexos 10 al 24, y se registraron los hallazgos en la matriz de categorías y unidades de análisis.

Teniendo las respuestas de cada ítem consignadas en la matriz se elaboró un primer estudio de resultados por unidad de análisis y posteriormente un análisis de la matriz de categorías para así reconocer las diferentes relaciones emergentes y relacionarlas con el objetivo general.

PLAN ADMINISTRATIVO

Conociendo la metodología de esta investigación, a continuación, se exponen el cronograma y recursos empleados para la ejecución de la consultoría:

Cronograma:

Octubre 2017	Noviembre 2017	Diciembre 2017	Enero 2018	Febrero 2018
Inmersión inicial en el campo	Concepción del diseño del estudio	Validación del instrumento	Recolección y análisis de datos	Recolección y análisis de datos

Tabla 7: Cronograma de desarrollo. Construcción propia 2018

Presupuesto:

Teniendo en cuenta que la investigación se realiza con el fin de contribuir a la Dirección de Mercadeo y Admisiones de Uniempresarial, y considerando las diferentes funciones de la investigadora dentro de la institución como Coordinadora de admisiones y promoción, la consultoría no incurre en gastos diferentes a los dispuestos por la institución para el desarrollo normal del cargo.

DESARROLLO Y HALLAZGOS

A continuación se presentarán los principales hallazgos de la investigación, exponiendo inicialmente las experiencias, creencias y vivencias sobre la retención de las universidades colombianas con programas duales, con el fin dar mayor soporte al primer y segundo objetivo específico de la consultoría y posteriormente se realizará un análisis de resultados basándose en la Matriz de categorías (relacionada con anterioridad) para poder dar respuesta al objetivo general del proyecto: identificar las acciones que puede implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial.

Directivos de las cuatro universidades colombianas con programas pertenecientes a la red DHLA

Universidad Autónoma de Occidente

La entrevista se realizó con el Director de Programa de Administración de Empresas modalidad Dual, quien según sus respuestas tiene un rol importante en las estrategias de retención del programa dual de la institución, considerando que participa en la planeación anual, da continuidad a las directrices institucionales y se encarga personalmente del seguimiento a los estudiantes, destinando días y franjas horarias para esta labor.

Las actividades que desarrolla la institución en pro de retener a sus estudiantes son diversas, resaltando la existencia de una unidad institucional de planeación que cubre toda la organización académica y año a año es la responsable de registrar la información estadística sobre los motivos que llevan a los alumnos a abandonar los estudios, encontrando que en el programa con modelo dual las grandes causales de retiro tienen que ver con el desempeño académico y crisis de orden financiero.

Adicionalmente la institución ha desarrollado un programa para promover la retención llamado “despega”, el cual fue diseñado para apoyar procesos liderados por los docentes en el aula de clase y para hacer seguimiento de los estudiantes haciendo uso de un sistema de información institucional al cual tiene acceso todos los directivos y permite centralizar la información entre áreas. La institución también cuenta con un programa de

retención que incluye la red de apoyo de los alumnos denominado “La Universidad para la familia” el cual permite a la familia de los estudiantes desarrollar cursos gratuitos de temas de interés.

De acuerdo a la entrevista, específicamente en el programa dual una de las actividades que se desarrollan para permitir que los estudiantes culminen sus procesos académicos es contar con un programa de intervención liderado por bienestar, el cual permite identificar con gran detalle las causales de retiro y apoyar a los estudiantes a través de una serie de actividades de orden individual y grupal con tres psicólogos de planta y la dirección del programa. Además de desarrollar actividades extra-curriculares de manera preventiva, un constante seguimiento uno a uno desde la dirección del programa con el apoyo de los docentes, brindar herramientas para contribuir al desarrollo de técnicas y hábitos de estudio, el manejo del tiempo y el balance entre la vida personal y la vida profesional por medio del centro para la excelencia permitiendo el mejoramiento no solo de competencias duras, sino también de la parte actitudinal y de competencias blandas importantísimas en la dinámica del modelo dual.

Según el Director Isaac Fuentemayor la clave para mantener el 80% de retención del programa dual de la institución es garantizar una cercanía con el estudiante, entender la realidad de los alumnos de forma detallada y estar muy pendientes de recoger y procesar la información de forma constante. En donde es fundamental un trabajo conjunto con los profesores para monitorear a los estudiantes de manera directa e identificar alumnos en riesgo de deserción, además de informar a los estudiantes sobre los mecanismos que tiene la universidad para atender cualquier situación que se les presente y puedan llegar a un feliz término sus estudios.

Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB

La entrevista se realizó con el Director del programa de Administración dual quien tiene un rol importante en las estrategias de retención ya que es el responsable de hacer seguimiento a los estudiantes con la participación de los docentes, realizando reuniones de núcleo en donde cada docente del área en la cual está siendo formado el estudiante se reúne con todos los otros docentes que participan en el proceso para hacer una

retroalimentación estudiante por estudiante, con el fin de identificar el tipo de apoyo que requieren. La institución cuenta con el sistema académico de registro Banner y el sistema propio de seguimiento de inasistencias Siga que permite desarrollar lo anterior.

De acuerdo a la entrevista, las actividades que desarrolla la institución en pro de retener a sus estudiantes son diversas y se realizan con el apoyo de bienestar universitario, el área académica y la dirección de cada programa, ofreciendo a los estudiantes la posibilidad de acceder a diferentes servicios dependiendo de sus necesidades. Algunas de estas actividades son orientación psicológica, apoyo en metodologías de estudio, apoyo de comportamiento familiar, apoyos académicos en función de tutorías en áreas de más alto nivel de actividad académica baja, acompañamiento individual relacionado con la asistencia a clase y el rendimiento académico por materias, financiación directa con la universidad con ciertas restricciones y condiciones, convenios con el 100% de financiación con instituciones prestadoras de dinero y transferencia de los estudiantes retirados a otros programas, jornadas o modalidad dual.

Específicamente en el programa dual, la diferencia en las actividades de retención institucional es la manera de abordarlo, ya que se cuenta con un grupo de psicólogos capacitados en el modelo dual, lo que permite identificar las características del estudiante, además de la relación con la empresa que es uno de los elementos que más diferencia este modelo. También se construyen metodologías de estudio orientados no al desarrollo de la memoria sino al desarrollo de habilidades como toma de decisión y apropiación, además del seguimiento detallado nombrado anteriormente.

Según el Director no existe una sola fórmula mágica para permitir que todos los alumnos terminen sus proyectos académicos, pero la clave para mantener el 94% de retención del programa dual de la institución es el seguimiento uno a uno de los estudiantes, lo cual se sustenta en el hecho de que cada caso es particular y dependiendo de sus características se ponen en marcha las diferentes actividades disponibles para apoyar a los alumnos. Por lo anterior, una actividad que se está pensando implementar es el programa de padrinazgo en donde son los mismos estudiantes los que apoyan a niveles inferiores, además la dirección del programa planea iniciar una campaña de marketing interno para fortalecer el tema motivaciones del estudiante.

Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt

La entrevista se realizó con la Decana de programas duales de la institución, quien tiene un rol importante en las estrategias de retención ya que informa al equipo de trabajo sobre las actividades que se realizan a nivel institucional para incrementar la retención de estudiantes, asigna responsables en la participación de estas actividades y verifica su cumplimiento a través de informes e indicadores.

A pesar de no contar con una política de retención la institución hace un análisis del contexto partiendo de lineamientos dados por parte del MEN y las políticas del área de desarrollo humano, lo que le permite poner en marcha diversas actividades en pro de la retención que en su mayoría están lideradas por bienestar institucional como acompañamiento académico, acompañamiento psicológico, cátedra Institucional, becas a los mejores estudiantes, convenios para créditos y programas a los estudiantes provenientes de ciudades diferentes.

De acuerdo a la entrevista, específicamente en los programas duales las actividades que se diferencian a nivel institucional es el seguimiento riguroso tanto al desempeño del estudiante como a las condiciones de práctica por parte de la Coordinadora Empresarial, además del docente asesor del estudiante. Adicionalmente la institución realiza revisión de las encuestas de satisfacción, indaga sobre la razón de algunas calificaciones bajas e implementa planes de mejora.

Teniendo en cuenta que los programas duales son pequeños, la relación entre estudiantes y docentes es muy cercana, lo que permite conocer mucho más fácil a los estudiantes identificando necesidades académicas o comportamientos que puedan generar una alerta, para lo anterior los estudiantes tienen espacios para ubicar a sus docentes y encontrarse para asesorías programadas. A pesar de no contar con un sistema que permita hacer seguimiento la institución realiza un registro de información particular en hojas de vida o registros de los coordinadores académicos y del coordinador empresarial.

Según la Decana no existe una fórmula mágica para retener a los estudiantes, ya que las causas de deserción son múltiples y corresponden a condiciones particulares y

categorías como por ejemplo razones vocacionales, problemas familiares, económicos e incluso de salud física y mental, coincidiendo con las respuestas de las otras universidades duales entrevistadas. Lo importante para la decana frente a cualquier programa de retención es que sea integral, es decir que parta de la prevención hasta medidas específicas según cada caso, y que además se haga seguimiento a estas, lo anterior le ha permitido a la institución mantener un 93% de retención en los programas duales.

Adicionalmente durante la entrevista se reconoció la importancia del acompañamiento psicológico y académico como una actividad de prevención pues permite dar una alerta temprana frente a las necesidades del estudiante. Y se identificó que los alumnos de programas duales presentan altas expectativas frente a su fase práctica por lo tanto es muy importante tener convenios empresariales fortalecidos con empresarios comprometidos para así generar un proceso de aprendizaje en condiciones óptimas.

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial

La entrevista se realizó con la vicerrectora de la institución quien argumenta tener un rol directo e indirecto con temas de retención institucionales. Directo porque es un tema estratégico dentro de la institución que implica el cumplimiento de indicadores exigidos por el Ministerio de Educación Superior y la institución misma, entendiendo que perder a un estudiante es un proceso social muy fuerte en donde se involucra a la familia y las empresas. E indirecto porque hay diferentes áreas que dependen de la vicerrectoría que han puesto muchos esfuerzos en monitorear el tema.

De acuerdo a la entrevista, Uniempresarial emplea cuatro tipos de actividades en pro de la retención, actividades académicas, actividades financieras, actividades de adaptación y actividades con redes de apoyo. En las actividades académicas se pueden encontrar nivelatorios, técnicas de estudio, clases para poder enfrentar un proceso empresarial, procesos pedagógicos que combinan academia y empresa, orientación psicopedagógica, monitorias y tutoriales. En las actividades financieras la institución brinda alternativas de financiación procurando que los estudiantes tengan un apoyo desde el principio de sus carreras buscando mecanismos desde las empresas para este lineamiento

(donación, descuentos tributarios, cuota de aprendizaje SENA); las actividades de adaptación se centran en estar muy cercanos a los jóvenes y tener un proceso de comunicación cercano a ellos. Y finalmente las actividades con redes de apoyo pretenden acercarse a la familia para apoyar los procesos de decisión y unir esfuerzos que permitan el cumplimiento del proyecto académicos de los estudiantes.

Adicionalmente Uniempresarial ha nombrado a docentes de tiempo completo, no solamente por la exigencia de tener docentes que cuenten con diferentes herramientas, sino también para lograr una educación personalizada y significativa que permita ayudar a otros contextos, escuchar a los estudiantes y entender su situación para poderlos acompañar dentro del proceso. La institución también realiza procesos de autoevaluación en sus grupos de interés con el fin de identificar las necesidades de cada grupo y así fomentar la retención.

Según la Vicerrectora no existen fórmulas mágicas para la retención, pero si hay fórmulas en construcción sabiendo que todas las personas son diferentes hay una herramienta que esta trabajado Uniempresarial para lograr identificar el interés del proyecto de vida de los jóvenes y ayudar a apoyarlo y fortalecerlo por medio de la transformación de la línea socio-humanística, la cual pretende proporcionar todas las herramientas de lo cultural y deportivo para poder integrar las dimensiones del ser, acercándose desde lo lúdico y actividades que sean de gran interés permitiéndoles desarrollar autoconocimiento, un autocontrol y autodisciplina. Adicionalmente la institución quiere implementar la figura de representantes de curso, los cuales se vuelven una escucha permanente de los grupos de interés, de los estudiantes en cada promoción.

Análisis de resultados

De acuerdo a la metodología de la investigación, se definieron las siguientes categorías de análisis emergentes del marco referencial: dimensión del problema, factores de retención, modelo dual, marketing educativo relacional y estrategias de retención, construyendo ítems en las encuestas aplicadas a directores de programa duales, retirados y estudiantes con el fin de resolver la pregunta ¿puede aportar el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil en instituciones con un modelo dual de

formación profesional? y así identificar acciones que pueda implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo de Uniempresarial.

Dimensión del problema

Según el Ministerio de Educación Nacional, si bien las tasas de cobertura para la educación superior en Colombia han estado en aumento, los porcentajes de permanencia y egreso de la IES no presentan esta misma dinámica; el porcentaje de retención colombiano es del 56%, el cual comparado con países europeos no es alto: España 75%, Unión Europea 87%, aunque comparados con otros países latinoamericanos nos encontramos en el promedio: Argentina 57% o Venezuela 48% es una realidad que afecta el desarrollo económico del país” (Universidad del Rosario, 2017).

Ahora bien, según los hallazgos encontrados en las entrevistas semi-estructuradas realizadas a todas las universidades pertenecientes a la red DHLA de Colombia estos porcentajes en programas duales pueden variar, teniendo en cuenta que el promedio de los porcentajes de retención en estos programas es de 81% , ya que La Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB reporta el 94% de retención, la Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt reporta el 93% de retención, la Universidad Autónoma de Occidente de Cali reporta el 80% de retención y La Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial el 58% de retención.

Lo anterior indica que el porcentaje de retención de los programas duales de las instituciones mencionadas se encuentra por encima de la media nacional. Es importante tener en cuenta que los porcentajes de retención entre las universidades pertenecientes a la red DHLA son variables, por lo cual es importante considerar que Uniempresarial en comparación a las otras tres universidades duales cuenta con mayor número de programas y estudiantes pertenecientes al sistema dual, lo cual podría dar razón a la diferencia del porcentaje de retención.

Por otro lado, el 100% de los representantes entrevistados de las universidades duales expresan que las causas por las cuales los estudiantes no continúan sus proyectos académicos son variables, pero principalmente hacen referencia a factores de rendimiento

académico, financieros y psico-sociales, sin embargo, solo el 42% de los retirados entrevistados argumentaron que los factores económicos y personales eran la razón de no continuar con los estudios y el 14% por carga académica. Adicionalmente emergieron otras causas de deserción no mencionadas por los directores como malas experiencias con las prácticas empresariales (28% de los retirados), emprendimiento (28% de los retirados) y orientación vocacional (14% de los retirados); al igual que cambio de jornada (71%) que aunque no es conceptualmente deserción, para los estudiantes activos es un motivo por el cual no continúan sus compañeros.

Factores de retención

Los factores de retención pueden ser definidos como variables que contribuyen a reforzar la adaptación a la institución (Torres, L. 2012) y algunos ejemplos encontrados en investigaciones son la preparación académica que el estudiante tenga antes de ingresar a la institución, ambiente institucional, el compromiso con los objetivos institucionales, la integración social y académica, la ayuda financiera, orientación vocacional, bienestar universitario, reglamentos estudiantiles, cursos de nivelación principalmente en lectura, escritura y matemáticas. Adicionalmente algunos estudios señalan la importancia de incluir al núcleo familiar del estudiante en la institución, por medio de actividades o espacios destinados a este segmento. También las buenas relaciones sociales con profesores, colaboradores y otros estudiantes influyen en la persistencia del estudiante (Torres, 2012, pág. 116).

Lo cual coincide con los resultados de las entrevistas con directores de programas duales, en donde el 75% argumentan que las actividades desarrolladas son lideradas principalmente por bienestar universitario y los directores de programa, y el 100% argumenta que los factores de retención institucionales se sustentan en acompañamientos académicos de diferente tipo, orientación psico-social y apoyo financiero, mientras que el 50% incluyen a la familia para en actividades de retención y cuentan con sistemas que les permite analizar y realizar seguimiento a los estudiantes.

Ahora bien, a pesar de lo anterior el 85% de los retirados y estudiantes activos no identifican estos factores como variables de retención, incluso indican no conocer este tipo de actividades. En el momento de solicitarles proponer factores de retención el 14%

de los retirados y estudiantes propone mejorar seguimiento en prácticas empresariales y el 21% mejorar comodidad en instalaciones y garantizar el funcionamiento de todos los equipos.

Modelo dual

"En el sistema de formación dual los estudiantes alternan cada uno de sus periodos académicos entre la universidad y la empresa; en el primer escenario se dedican a aprender todos los conceptos teóricos necesarios para que en el segundo escenario desarrollen habilidades prácticas y conocimientos propios de la empresa en donde son aprendices. (DHLA, 2016, pág.8) Este modelo de estudio es innovador en el país y representa una ventaja competitiva para las organizaciones que lo desarrollan, lo cual se puede confirmar con el hecho de que el 100% de los estudiantes activos argumenten que las razones por las cuales continúan en la institución es por esta metodología de estudio.

Debido a la dinámica del sistema de formación dual, el 100% de los directores de programas duales expresan que además de los factores de retención anteriormente mencionados el seguimiento personalizado de los estudiantes es una actividad que se desarrolla particularmente en este modelo, con el apoyo de los docentes y el liderazgo de los directores de programa. De lo anterior el 57% de los retirados compartieron que lo que más les gustaba del modelo dual eran los docentes y el 28% hace referencia a la calidad de las clases recibidas. Mientras que el 57% de los estudiantes activos sugieren mejorar el acompañamiento que se realiza en prácticas empresariales y garantizar que las prácticas correspondan a los contenidos de las materias.

Además de lo anterior, los retirados y estudiantes reconocen que los factores que más les gusta del modelo dual son clases personalizadas por ser grupos pequeños, tener la posibilidad de tener experiencia laboral, la exigencia académica, fortalecer capacidades desde muy jóvenes, conocer el día a día de las empresas, rectificar orientación vocacional y conocer escenarios reales de su profesión.

Algunos ejemplos son las siguientes opiniones:

“Me ha parecido muy buena, uno siente las clases personalizadas y tal vez porque mi grupo es pequeño yo siento la clase personalizada, yo siento que si tengo alguna duda el profesor me la soluciona, el profesor me ayuda, me da explicaciones. Yo siento que las clases han sido personalizadas, porque mi grupo es muy pequeño”. (Estudiante Uniempresarial)

“Pues que uno pone en práctica lo que está aprendiendo y uno como que lo pone en práctica y a la vez como que va adquiriendo experiencia de otros temas que van como externos de la carrera de uno y todo, uno como que los va juntando entonces uno va adquiriendo más conocimiento”. (Estudiante Uniempresarial)

Marketing educativo relacional

El marketing relacional permite construir una relación personalizada con los estudiantes e identificar las inquietudes particulares que se relacionan con la posibilidad de dejar sus estudios, lo cual puede contribuir de forma diferente a las estrategias de captación, retención y fidelización. Preocupándose por la relación con los estudiantes, conociéndolos, identificando sus necesidades y lo que consideran importante. (Isabel, 2016). Configurándose como una herramienta útil para atraer, retener y fidelizar a los estudiantes, por medio de la identificación, construcción y permanencia de la relación o vínculo entre universidad y estudiante, en donde es fundamental tener una visión a largo plazo y con un alto contacto para así crear valor y beneficios bidireccionales, lo cual promueve la confianza y permite identificar necesidades de los alumnos.

El 100% de los directores argumentan tener una relación directa con temas de retención haciendo énfasis en la necesidad de conocer a los estudiantes, sus proyectos de vida y hacer seguimiento uno a uno mediante el apoyo de docentes y/o alumnos. La importancia de construir una relación entre universidad y estudiantes también es identificada por el 57% de los retirados, quienes indican que realizar un seguimiento personalizado en prácticas podría ser un aspecto por el cual continuarían en Uniempresarial, como se ve en las siguientes opiniones:

“Organización a la hora de... como explico eso... a la hora de mandar a los estudiantes a las prácticas, tener un mejor seguimiento a la hora de asignar las prácticas,

un control más personalizado, más regular, más detallado, más uno a uno, y que uno no quede todo perdido. Que tuviéramos un control, puede ser, no sé, cada viernes de lo que estamos haciendo en las empresas, y mirar cómo nos puede ayudar la universidad como tal” (Retirado Uniempresarial)

“Pues... el consejo que yo si les daría es que digamos a los estudiantes que les asignen a un asesor sea de buena calidad, me refiero a un asesor si uno va a buscarlo y si uno le dice que pasó esto, esto y esto, o hay asesores que dejan todo para última hora y que son muy relajados entonces eso a uno también pues, uno necesita un apoyo de ellos para poder estar, porque se supone que son ellos quienes nos ayudan a los estudiantes a buscar una buena empresa y así poder hacer una buena práctica”.(Estudiante Uniempresarial)

“Para mí lo principal es que exista alguien que esté ahí, pero no diciéndote haz eso o esto, sino que realmente te ayude a ti como profesional a crecer. O sea no digo que uno tenga que tener una persona ahí para trabajar, pero si una persona que esté ahí y sepa algo de lo que tú estás estudiando, porque no es como un colegio, y todo el mundo sabía de todo menos de lo que me tocaba hacer a mí, y me tocaba hacer las cosas sola. Y creo que a muchos de mi carrera les pasó lo mismo, no tenían ese acompañamiento que a veces uno necesita para crecer, más que todo. Entonces creo que eso era como lo ideal que para mí hubiera podido pasar.” (Retirada Uniempresarial)

“De pronto he notado es de que en las prácticas se deja como muy a la deriva al estudiante, o sea, no están muy pendientes sobre eso. Digamos en mi empresa supuestamente el asesor tenía que ir y nunca ha ido. Entonces digamos que hay como un abandono de la universidad, pero no, bien.” (Estudiante Uniempresarial)

“¡La verdad, a mí sí me gustaron bastante! Digamos yo me lleve muy bien con todos los profesores y digamos que no hay esa línea como tan estricta como de yo soy el profesor superior a ti y lo sé todo, sino que siempre el profesor es el guía, pero es muy amigable, es muy atento y siempre me explicó las cosas muy bien y rápido. Mis profesores fueron demasiado buenos en cuanto a la enseñanza y demasiado buenos como personas” (retirado Uniempresarial).

Estrategias de retención

"Actividades que realiza el sistema educativo para aumentar la capacidad de permanencia de los alumnos en las aulas, garantizando la terminación de ciclos y niveles en los tiempos previstos y asegurando el dominio de las competencias y conocimientos correspondientes". (Murcia, N. 2015. pág. 5)

Desde la experiencia de los directores no existe una sola actividad en específico que pueda garantizar la retención en las instituciones, argumentan que es el conjunto de acciones que la institución realiza con la intervención de diferentes áreas y desde el momento que los estudiantes conocen la universidad hasta ser egresados. Adicionalmente cada institución cuenta con particularidades contextuales, que deben ser tenidas en cuenta a la hora de construir una estrategia de retención. El seguimiento continuo y personalizado de los alumnos en búsqueda de identificar sus necesidades, particularidades, gustos, y poder tener sistemas de prevención de la deserción por medio de alertas que permitan poner en acción actividades diseñadas para apoyar la continuidad del proyecto de vida de los alumnos son factores mencionados tanto por los directores como por los estudiantes y retirados.

Algunos ejemplos de lo anterior son:

“Yo creo que una sola no podemos determinarla, pero si la manera como lo estamos haciendo. Y creo que lo que funciona para tener un nivel tan bajo es el seguimiento uno a uno del estudiante, porque cada caso es particular, es diferente y se aplican las diferentes opciones, de las herramientas o las tácticas que te acabe de mencionar.”
(Director programa dual - Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB)

“Entonces el tema fundamental es saber identificar la realidad del estudiante y que el director del programa este muy pendiente de ellos, y en un trabajo conjunto con los profesores que los están monitoreando a ellos de manera directa, no. Yo soy profesor de ellos también, pero durante el primer año de carrera y de ahí en adelante con los profesores de cátedra que han sido tradicionales aquí en el programa, ellos son termómetros que le permiten identificar a uno si hay grupos de estudiantes que por alguna razón estén fallando” (Director programa dual - Universidad Autónoma de Occidente)

CONCLUSIONES

De acuerdo a los anteriores resultados, se puede concluir que ante la pregunta de investigación de la presente consultoría: ¿Puede aportar el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil en instituciones con un modelo dual de formación profesional?, la respuesta es afirmativa, teniendo en cuenta que esta investigación es de carácter cualitativo relacional, se encontró que las diferentes unidades de análisis (directores, estudiantes y retirados), identificaron que la relación entre la universidad y los alumnos es fundamental para el desarrollo del proyecto académico de los estudiantes.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que esta investigación se centra en las características de los programas duales, el seguimiento uno a uno cobra mayor importancia en las prácticas empresariales, en donde es valorado por parte de los estudiantes contar con un acompañamiento que les permita orientarse en la experiencia empresarial, lo cual corresponde con los directores entrevistados de programas duales, quienes expresan que el seguimiento uno a uno de los estudiantes y el acompañamiento a las empresas para garantizar una experiencia de aprendizaje enriquecedora es la clave para la retención.

En los programas duales cobra mucha importancia no solamente garantizar que cada estudiante tenga un espacio de práctica, además es necesario que cada experiencia práctica coincida con la experiencia académica, es decir que las funciones que desarrollen los estudiantes en las empresas permitan aplicar lo aprendido en el aula, para lo anterior el seguimiento por parte de la universidad no solamente es un acompañamiento al estudiante que le permita una mejor experiencia práctica, sino también se debe realizar a las empresas, empleando controles, visitas y seguimiento de indicadores.

Además del seguimiento es muy importante que las instituciones de educación superior construyan estrategias de retención en donde todas las áreas participen de forma coordinada en las actividades, recolección de información, y procesos institucionales. Si bien en todas las universidades duales el área de bienestar ocupa un rol fundamental para el desarrollo de actividades de apoyo psico-social y de adaptación, no se pueden contemplar estas actividades como estrategias de retención, ya que deben estar unidas a

políticas, planeación, comunicación, sistemas para recolectar información y una inversión institucional que permita el desarrollo de la estrategia con el apoyo de todas las áreas de la institución.

Además de lo anterior, las estrategias de retención deben realizarse de forma transversal al ciclo de preparación académica de los estudiantes, es decir debe empezar desde el momento que el estudiante conoce la institución hasta cuando finaliza el programa, ya que el marketing educativo relacional sugiere la construcción de una relación con el estudiante que permita identificar sus necesidades las cuales cambian de acuerdo al momento académico que se encuentran.

Sobre el punto anterior, la presente investigación sugiere que para realizar seguimientos detallados las instituciones deberían invertir en herramientas como CRM o sistemas de información avanzada, que permitan un seguimiento efectivo de los estudiantes, en tiempo real e incluyendo la participación de todas las áreas para poder personalizar el trato con los estudiantes, reconocer sus necesidades y dar respuesta eficiente a sus requerimientos.

Los resultados también develaron la importancia de los docentes para los estudiantes y retirados, ya que, tanto desde la percepción de los directores como desde la percepción de los estudiantes y retirados, los docentes son figuras cercanas a la cotidianidad de los alumnos, que permiten formar grupos de interés, hacer seguimiento de asistencia y resultados académicos y conocer mejor a los estudiantes. Lo anterior permite recomendar a las IES valorar el cuerpo docente no solamente como rol de formadores, sino también como rol de agentes de retención.

Además de los docentes, es muy importante el rol de los directores de programa, quienes pueden hacer seguimiento a los estudiantes no solamente por una clase (como lo hacen los docentes) sino en la historia académica de los alumnos, desde su inicio hasta su finalización. Por lo anterior se recomienda que los cargos de directores de programa se mantengan y se priorice el seguimiento a estudiantes y el acompañamiento en sus procesos sobre otras actividades del cargo.

Otra figura fundamental para emplear la herramienta del marketing educativo relacional además de los docentes y directores de programas son los mismos estudiantes,

creando monitorias, tutorías o cualquier tipo de actividad en donde los estudiantes destacados acompañen a otros estudiantes con el fin de mejorar los resultados académicos. Esta figura no solamente permite realizar un acompañamiento académico, también permite crear lazos y redes de apoyo entre la comunidad estudiantil incrementando los índices de retención.

Otra forma de incrementar la retención por medio de redes de apoyo es incluir a las familias en las actividades institucionales, ya que se configuran como agentes influenciadores de decisión. Se recomienda hacer un portafolio diferencial para este segmento como cursos gratis o descuentos.

Ahora las acciones que puede implementar la Dirección de Admisiones y Mercadeo (DMA) para aportar al fortalecimiento de la retención de estudiantes en Uniempresarial son fundamentales, ya que para construir la relación estudiante-universidad es fundamental contar con un sistema de información que permita el seguimiento personalizado. Uniempresarial cuenta desde admisiones con el CRM Salesforce, el cual podría ser utilizado por la institución no solo para procesos de admisión e ingreso al primer semestre académico, sino también para hacer seguimiento durante todo el proyecto académico del estudiante, incluso a los egresados de la institución.

Además de configurarse como el primer momento de verdad para la construcción de la relación con el estudiante, DMA es responsable de los procesos de comunicación internos y externos de la institución, por tal motivo para lograr la retención utilizando como herramienta el marketing educativo relacional “es fundamental contar con un sistema de información que permita gestionar las diferentes etapas de la relación con los alumnos, diferenciando entre la consecución de nuevos estudiantes, la fidelización de estudiantes y la recuperación de alumnos desertores. También se pueden gestionar las relaciones por grupos de estudiantes determinados (programas, jornadas, etc.), fortaleciendo la imagen institucional comunicando el valor que aporta, incrementando la satisfacción del estudiante y abriendo canales de comunicación efectivos. (Suca, 2012. pág. 40).

Por otro lado “el Marketing educativo relacional, también se basa en la imagen ya ganada en base a un posicionamiento y aceptación en el mercado pretendiendo fidelizar al estudiante por medio de su completa satisfacción con el servicio educativo y buscando llegar a los estudiantes y nuevos aspirantes con el mínimo de costo, incrementando los porcentajes de recomendación de la institución y recompra de otros programas académicos. (Suca, 2012. pág. 40). Lo cual es totalmente funcional para DMA, ya que si se logra incrementar el porcentaje de personas que conocen Uniempresarial por referencias de estudiantes se optimizarían costos de inversión en estrategias de promoción y divulgación.

Ahora bien, teniendo en cuenta la importancia del seguimiento, se recomienda a Uniempresarial priorizar en las funciones de los directores de programa esta actividad, asegurarse de comunicarle a los estudiantes desde inducción las actividades a las cuales pueden acceder para culminar sus estudios satisfactoriamente y así poder aumentar el conocimiento sobre los factores de retención.

También se recomienda continuar con la presente investigación con un mayor número de estudiantes participantes y de otras instituciones duales, con el fin de ampliar los resultados.

BIBLIOGRAFÍA

Medio electrónico

- Isabel, S. (2016). *Como el marketing de relación puede aumentar la retención estudiantil*. Recuperado de u-planner.com

- Universidad del Rosario, (2017) *Deserción estudiantil: las universidades pasan al tablero*. Recuperado de <http://www.urosario.edu.co/desercion/>

Libros

- DHLA, (2016). *Éxito combinado*. Colombia: Editorial Cerqua
- Torres, L. (2012). *Retención estudiantil en la educación superior revisión de la literatura y elementos de un modelo para el contexto Colombiano*: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la investigación*. México:Ed. Mc Graw Hill.

Informes

- Market Nova, Uniempresarial. (2017). *Estudio de caracterización*. Bogotá – Colombia.

Investigaciones

- Castro, E. (2017). *El Marketing Relacional como herramienta estratégica de fidelización para la carrera de Administración y Emprendimiento de una Universidad Privada*. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima – Perú.
- Cely y Duran. (2014). *Causas asociadas a la deserción estudiantil y estrategias de acompañamiento para la permanencia estudiantil*. Universidad Santo Tomas. Bogotá - Colombia.
- Mejía, D. (2013). *Recompras de programas académicos en educación superior, los factores decisivos desde el marketing. Caso aplicado a una Institución bogotana*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá – Colombia
- Murcia, N. (2015). *Motivos de deserción estudiantil en programas virtuales de posgrado: revisión de caso y consideraciones desde el mercadeo educativo y el mercadeo relacional para los programas de retención*. Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano. Bogotá - Colombia.
- Pineda, Pedraza y Moreno. (2011). *Efectividad de las estrategias de retención universitaria: la función del docente*. Universidad de la Sabana. Bogotá - Colombia.

- Suca, R. (2012). *Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica en las Instituciones Educativas de la Red 07 en la Unidad Gestión Educativa Local 05 en San Juan de Lurigancho*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima – Perú
- Torres, L. (2012). *Retención estudiantil en la educación superior revisión de la literatura y elementos de un modelo para el contexto Colombiano*: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá - Colombia.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista Directivos de las cuatro universidades colombianas con programas pertenecientes a la red DHLA

1. ¿Qué relación tiene con temas de retención en el programa dual?

2. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención en la Institución?
3. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención específicamente en programas duales?
4. ¿Cuál es el porcentaje de retención o deserción de los programas duales?
5. ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna en particular que tenga un mayor efecto en fomentar la retención?
6. ¿Desde su experiencia, cuál es la fórmula mágica para retener estudiantes?
7. 7. ¿La universidad cuenta con algún tipo de sistema que le permita hacer seguimiento a los estudiantes o registrar su información? ¿Cuál?

Anexo 2: Entrevista Estudiantes retirados durante los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial

1. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no continuaste en Uniempresarial?
2. ¿Uniempresarial realizó alguna acción para ayudarte a continuar con tu carrera?
3. ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudar a sus estudiantes a continuar con su carrera?
5. ¿Qué fue lo que más te gusto del modelo dual?
6. ¿Qué fue lo que menos te gusto del modelo dual?
7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes?
8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?

Anexo 3: Entrevista estudiantes activos que se encuentran cursando los tres primeros semestres de programas duales de Uniempresarial

1. ¿Porque crees que las personas que se han retirado no continuaron en Uniempresarial?
2. ¿Uniempresarial realiza alguna acción para ayudarle a los estudiantes a continuar con su carrera?

3. ¿Que hace que no cambies de Universidad?
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudarle a sus estudiantes a continuar con su carrera?
5. ¿Qué es lo que más te gusta del modelo dual?
6. ¿Qué es lo que menos te gusta del modelo dual?
7. ¿Cómo es la relación entre estudiantes y docentes?
8. ¿Cómo es la relación entre estudiantes y colaboradores?

Anexo 4: Validación de instrumento de recolección 1

Juez Experto: Claudia Sofía Castillo Artunduaga

Maestría en Responsabilidad Social y Sostenibilidad de la Universidad Externado de Colombia, en curso. Especialista en Responsabilidad Social Empresarial, Alta Gerencia y Marketing de Uniempresarial. Profesional en Comunicación Social y Periodismo con énfasis Gestión de la Comunicación con amplia experiencia en el sector académico empresarial. Desde la Secretaría de Educación del Distrito, asesoró procesos de relacionamiento, integración y cooperación nacional. En Uniempresarial fundó y consolidó la Escuela Empresarial de Posgrados, y coordinó el Centro de Educación Continuada Empresarial en donde se ejecutaron proyectos de asesoría, consultoría y capacitación a empresas privadas. Así mismo, se realizaron misiones de intercambio empresarial a países como China, Perú y Estados Unidos, entre otros. Actualmente, se desempeña como docente de la cátedra de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo de los programas de especialización de Uniempresarial y desde la Dirección de Mercadeo y Admisiones genera estrategias para aumentar el posicionamiento de la institución, en el sector académico empresarial.

Entrevista Semi- Estructurada Directores Universidades Duales

Item	Univocidad		Pertinencia		Importancia	
	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Cuál es su nombre y cargo?	Si	10	no	10	1	1.0
2. ¿Qué relación tiene con temas de retención en el programa dual?	Si	80	Si	90	4	3.0
3. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención en la Institución?	Si	70	Si	80	3	3.0

4. ¿Cuál es el porcentaje de retención de los programas duales?	Si	90	Si	90	4	3.0
5. ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna en particular que tenga un mayor efecto en fomentar la retención?	Si	60	Si	90	4	3.0
6. ¿La universidad cuenta con algún tipo de sistema que le permita hacer seguimiento a los estudiantes o registrar su información? ¿Cuál?	si	80	Si	80	3	3.0

Entrevista Semi- Estructurada Retirados

Item	Univocidad		Pertinencia		Importancia	
	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no continuaste en Uniempresarial?	Si	90	Si	100	4	3.0
2. ¿Uniempresarial realizó alguna acción para ayudarte a continuar con tu carrera?	Si	90	Si	100	4	3.0
3. ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?	Si	100	Si	100	4	3.0
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudar a sus estudiantes a continuar con su carrera?	Si	100	Si	100	4	3.0
5. ¿Qué fue lo que más te gustó del modelo dual?	Si	80	Si	80	3	3.0
6. ¿Qué fue lo que menos te gustó del modelo dual?	Si	80	Si	80	3	3.0
7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes?	Si	80	Si	80	3	3.0
8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?	Si	80	Si	80	3	3.0
	Si	80	Si	80	3	3.0

Entrevista Semi- Estructurada Estudiantes

Item	Univocidad		Pertinencia		Importancia	
	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Por qué crees que las personas que se han retirado no continuaron en Uniempresarial?	SI	90	Si	100	4	3.0
2. ¿Uniempresarial realiza alguna acción para ayudarle a los estudiantes a continuar con su carrera?	SI	90	Si	100	4	3.0
3. ¿Qué hace que no cambies de Universidad?	SI	100	Si	100	4	3.0
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudarle a sus estudiantes a continuar con su carrera?	SI	100	Si	100	4	3.0
5. ¿Qué fue lo que más te gustó del modelo dual?	SI	80	Si	80	3	3.0
6. ¿Qué fue lo que menos te gustó del modelo dual?	SI	80	Si	80	3	3.0
7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes?	SI	80	Si	80	3	3.0
8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?	SI	80	Si	80	3	3.0

Anexo 5: Validación de instrumento de recolección 2

Juez Experto: León Alexander Vargas Varón

Magister en Administración de Negocios - MBA, con especialización en Alta Gerencia, especialización en Marketing y Administrador de Empresas. Experiencia de doce años implementando y dirigiendo estrategias de nuevos proyectos en diferentes sectores. En el farmacéutico, como responsable a nivel nacional del control de inventarios y del proceso de facturación de farmacias hospitalarias y en el educativo, en la implementación de estrategias para el desarrollo de proyectos educativos y de relacionamiento institucional con diferentes grupos de interés y en la dirección de escuela de posgrados

Entrevista Semi- Estructurada Directores Universidades Duales

Item	Univocidad		Pertinencia		Importancia	
	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Qué relación tiene con temas de retención en el programa dual?	si	100	si	100	4	3.0
2. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención en la Institución?	si	100	si	100	4	3.0
3. ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención específicamente en programas duales?	si	100	si	100	4	3.0
4. ¿Cuál es el porcentaje de retención de los programas duales?	si	100	si	100	4	3.0
5. ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna en particular que tenga un mayor efecto en fomentar la retención?	si	100	si	100	4	3.0
6. ¿Desde su experiencia, cuál es la fórmula mágica para retener estudiantes?	si	100	si	100	4	3.0
7. ¿La universidad cuenta con algún tipo de sistema que le permita hacer seguimiento a los estudiantes o registrar su información? ¿Cuál?	si	100	si	100	4	3.0

Entrevista Semi- Estructurada Retirados

Item	Univocidad		Pertinencia		Importancia	
	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no continuaste en Uniempresarial?	si	100	si	100	4	3.0
2. ¿Uniempresarial realizó alguna acción para ayudarte a continuar con tu carrera?	si	100	si	100	4	3.0
3. ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?	si	100	si	100	4	3.0
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudar a sus estudiantes a continuar con su carrera?	si	100	si	100	4	3.0
5. ¿Qué fue lo que más te gustó del modelo dual?	si	100	si	100	4	3.0
6. ¿Qué fue lo que menos te gustó del modelo dual?	si	100	si	100	4	3.0
7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes?	si	100	si	100	4	3.0
8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?	si	100	si	100	4	3.0

Entrevista Semi- Estructurada Estudiantes

Item	Univocidad	Pertinencia	Importancia
------	------------	-------------	-------------

	sí o no	Mantener, mejorar, eliminar	sí o no	Mantener, mejorar eliminar	1 a 4	Mantener, eliminar
1. ¿Por qué crees que las personas que se han retirado no continuaron en Uniempresarial?	si	100	si	100	4	3.0
2. ¿Uniempresarial realiza alguna acción para ayudarle a los estudiantes a continuar con su carrera?	si	100	si	100	4	3.0
3. ¿Qué hace que no cambies de Universidad?	si	100	si	100	4	3.0
4. ¿Qué acciones podría hacer Uniempresarial para ayudarle a sus estudiantes a continuar con su carrera?	si	100	si	100	4	3.0
5. ¿Qué fue lo que más te gustó del modelo dual?	si	100	si	100	4	3.0
6. ¿Qué fue lo que menos te gustó del modelo dual?	si	100	si	100	4	3.0
7. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y docentes?	si	100	si	100	4	3.0
8. ¿Cómo era la relación entre estudiantes y colaboradores?	si	100	si	100	4	3.0

Anexo 6: Entrevista Universidad Autónoma de Occidente

Isaac Fuenmayor Bravo

Director de Programa Administración de Empresas modalidad Dual

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Martes 9 enero 2018

Entrevistado: ¡aló!

Entrevistador: aló buenas tardes, ¿Sr. Isaac?

Entrevistado: Si

Entrevistador: ¿Cómo estás? Hablas con Luisa Monroy

Entrevistado: Hola Luisa, ¿cómo vas?

Entrevistador: ¡Bien! Quiero dejar presente por este medio que me autorizas para grabar esta llamada.

Entrevistado: Autorizada

Entrevistador: ¡Muchas gracias! Te voy a realizar más o menos siete preguntas, puede que de pronto en cada pregunta yo quiera hacerte precisiones ¿estás de acuerdo?

Entrevistado: ¡De acuerdo!

Entrevistador: ¿Cómo es tu nombre?

Entrevistado: Isaac Fuenmayor Bravo, Director de los programas de formación dual en la Universidad Autónoma de Occidente

Entrevistador: ¡Perfecto! ¿En este momento estas a cargo o conoces procesos de retención o deserción en este programa dual?

Entrevistado: ¡Sí!, Hay actividades, y digamos directrices que son institucionales y otras tienen que ver ya con el protocolo del modelo de formación dual en La Autónoma

Entrevistador: ¡Perfecto! ¿Qué actividades desarrollan para fomentar la retención en la universidad a nivel general, no solo del programa dual?

Entrevistado: Primero que todo hay una unidad institucional que es de planeación, cubre toda la organización académica y año a año se levanta información estadística sobre los motivos, las cifras que llevan a los estudiantes a abandonar los estudios. Ahí esta no solamente el programa dual, sino los 22 programas de pregrado que tiene la universidad. Particularmente en lo que tiene que ver con el modelo dual, las grandes causales de retiro tienen que ver con el desempeño académico, crisis de orden financiero de los hogares en un momento determinado. Son los dos grandes rubros.

De alguna forma, hace algunos años atrás y con bienestar institucional adelantamos un trabajo de intervención para el programa dual porque en aquella época la deserción del programa (te estoy hablando del año 2010, 2011), en ese año la deserción completa era de más o menos el 50%, estaba muy ... digamos en las mismas cifras de la media nacional. En ese momento, con bienestar institucional se hizo un trabajo de intervención para identificar de manera mucho más cercana e hilar un poco más delgado sobre las causales de deserción. Aparentemente en ese momento no había mucho problema financiero pero

los muchachos desertaban por temas asociados al desempeño y al rígido reglamento de orden académico, cuando se levantó la información de manera general se hizo una intervención a través de una serie de trabajos que hace aquí bienestar con tres psicólogos de planta que tenemos aquí, encontramos que los estudiantes efectivamente fallaban en la parte académica pero detrás de eso había toda una serie de motivos que tenían que ver con situaciones personales, temas de hogar, conflictos, factores de orden psicosocial, y esa fue la información que atreves del área de bienestar y la dirección del programa (ósea yo), creamos una serie de actividades algunas de orden individual, otras de carácter grupal y logramos bajar la deserción 30 puntos. Eso lo mostramos aquí en un comité superior central, si no estoy mal, en el año 2010.

La bajamos 30 puntos, se ha mantenido alrededor del 20 o 22% a aproximadamente. El año pasado, yo estuve por fuera de la universidad un año, hubo una deserción del 50% de una cohorte, pero solamente de una cohorte, que fue la cohorte 2017-3, esa corte tuvo una deserción del 50%, me llegaron 40 y se quedaron 20, pero solamente de esa cohorte, ósea que yo te diría que hoy por hoy la deserción completa del programa debe estar entre el 20 o 25% aproximadamente.

Las actividades que desarrollamos con bienestar institucional se mantienen hasta la fecha, los muchachos a lo largo de los diferentes semestres hacen una serie de actividades extracurriculares convocadas por la dirección del programa y la dirección de bienestar para prevenir, de manera preventiva para poder gestionar adecuadamente ese tipo de cosas, y que el programa cumpla con el logro de los objetivos a largo alcance que tiene.

Entrevistador: ¿Esas actividades son específicamente para el programa o para todos los programas de la universidad?

Entrevistado Algunas de ellas, como el programa “despega” por ejemplo se ofrecen para todos los programas de la universidad, pero nosotros, particularmente desde la dirección de programa, vivimos muy pendientes de mantener ese tema a raya, porque es un programa pequeño, yo aquí año a año tengo alrededor de 100 estudiantes, no tengo más.

Entrevistador: Claro ¿y ¿Tu eres el encargado de hacer seguimiento?

Entrevistado Bogotá debe tener alrededor de 700 estudiantes

Entrevistador: Por corte más o menos unos 300 estudiantes, al año unos 600 estudiantes.

Entrevistado Mas o menos correcto

Entrevistador: ¿De estas actividades hay alguna en particular que sea fundamental para poder permitir a los estudiantes no desertar, o ser una prevención para la deserción?

Entrevistado Pues nosotros siempre el primer año de carrera se ofrece el programa “despega”. No tengo las últimas cifras, el programa despega es un programa que está diseñado para apoyar procesos que desarrollan los docentes en el aula de clase, pero está amarrado completamente con la intencionalidad de formación de cada programa, cierto, el contexto formativo, la metodología de aprendizaje activa, la experiencia. No solamente se les muestra a ellos el ciclo completo del apropiar, transformar y transferir conocimiento, haz de cuenta que ellos van a una empresa en un momento temprano de sus vidas, y eso es todo un desafío, por eso es que obviamente el programa dual establece una selección, podrán haber muchachos muy buenos pero no entran todavía en esa lógica tan compleja, entonces lo que se busca es movilizar actitudes, valores para que ellos optimicen ese proceso de formación de manera integral, y ahí se atiende no solamente la parte de competencias duras, sino también la parte actitudinal y de competencias blandas.

Esa es la entrada, ya posteriormente en los semestres, ya sean los pares o los impares, porque nosotros no solamente abrimos las dos veces en el año, a veces no abrimos las dos veces en el año, abrimos una sola vez al año, abrimos corte para julio, entonces bien sea con los semestres pares o impares seguimos ejecutando planes de intervención, pero ya de manera individual empiezan a acercarse al departamento de desarrollo humano para solucionar áreas que sean sujetas a mejoramiento, en lo personal o en lo profesional. Por ejemplo en los profesional esta las técnicas y hábitos de estudio, el manejo del tiempo, el balance entre la vida personal y la vida profesional. Para eso existe también, aquí en La Autónoma, el centro para la excelencia, que es un tema que ya lleva algunos años aquí en donde, se atiende a los estudiantes de todos los programas, incluyendo los de posgrado, si necesitan, para poder mejor en cualquier área que tengan de pronto bajita.

Entrevistador: ¿Ese seguimiento que se hace durante el proceso de estudio se hace para egresados? ¿O para familiares u otro tipo de personas que no sea directamente el estudiante?

Entrevistado Para los egresados hay toda una infraestructura de servicios, yo aquí te puedo mostrara través de la pagina web, ellos no solamente se trata pues de los descuentos a los programas, sino que también pueden tener acceso a absolutamente toda la plataforma de servicios de la Universidad. Para la comunidad en general, hay un programa muy bueno, que ha sido muy exitoso que es característico de la universidad que se llama “La Universidad para la familia”, y es particularmente para la familia o padres de familia de los estudiantes que año a año se matriculan en la universidad. Hay capacitaciones gratuitas, sin costo, en temas asociados por ejemplo a competencias tecnológicas, al

manejo del estrés, ósea hay una batería de cursos muy equilibrada y muy bien ofertada que ha sido reconocida en las dos acreditaciones institucionales que hemos tenido.

Entrevistador: Bien que bien, que buena gestión están haciendo desde la Universidad

Entrevistado Esto ya hace bastante tiempo, el programa para la familia tiene más de 20 años

Entrevistador: ¡Sí! ¿Cuántos años llevasen el cargo o en la Universidad?

Entrevistado Con la universidad voy a completar 13 años, y en el programa son del 2008 al 2017, 9 años aproximadamente. Ahora en abril cumplimos los nueve años, ¡aja!

Entrevistador: Perfecto, ¿hay acciones que se ejecuten desde tu dirección conjuntamente con el área de mercadeo o de admisiones?, es decir que trabajes conjuntamente con ellos en algunos aspectos para poder fomentar la retención, o son totalmente separadas las áreas.

Entrevistado No, la parte, está totalmente separado, el mercadeo institucional está totalmente separado, el mercadeo está completamente centralizado y es de carácter institucional, depende de la vicerrectoría administrativa y financiera. Ellos ejecutan acciones de orden general, de la universidad como un todo, pero también, los directores de programa, particularmente y algunos profesores de manera directa con ellos participamos en todas las actividades: las visitas a los colegios, las visitas por ejemplo a las empresas, fondo de empleados, cooperativa, gremios, ha sido una entrada muy interesante a lo largo del año para propiciar el incremento de volumen de matriculas.

El plan de mercadeo del programa que se ejecuta de carácter anual, es uno de los ingredientes de la auditoria que el profesor Alexander Noiman nos hace cada año, y nos pide a todos los programas. Lo que vamos mostrándole a él son las cifras y análisis de las mismas, lo que tiene que ver con deserción y retención de estudiantes si está del lado de la vicerrectoría académica, de la parte académica de acá donde estamos nosotros. Y ahí pues obviamente el manejo de las cifras, la gestión, las recomendaciones que hayan desde planeación institucional también.

Entrevistador: Ok, los estudiantes que sean activos ¿pueden tener contacto directo contigo o existen personas encargadas de recibir sus quejas, reclamos, preguntas?

Entrevistado No, todo el tiempo, nosotros los directores de programa de la universidad de los programas de pregrado tenemos dentro de la semana unos días y franjas horarias para la atención a estudiantes. Y en el caso mío ¡no, ellos tienen acceso irrestricto a mí ¡todo el tiempo.

Entrevistador: Perfecto, ¿De acuerdo a la experiencia que tienen en la universidad, y más como director del programa dual, que es un reto diferente?

Entrevistado Yo he sido, aparte de director de programa, jefe de departamento, encargado, aquí la variedad de cargos es evidente. jajajajaja

Entrevistador: jajajajaaj

Entrevistado Ahora tengo una responsabilidad también en educación continua, también en extensión

Entrevistador: ¿Cuál sería la clave, desde tu punto de vista y experiencia, para que los estudiantes puedan culminar sus proyectos académicos? ¿Cuál sería la clave?

Entrevistado El tema es complejo, pero yo te puedo hablar porque lo que hemos hecho nosotros a nivel institucional en la Universidad Autónoma de Occidente es estar, es garantizar una cercanía al estudiante, a la realidad de los estudiantes y estar muy pendientes de recoger, procesar la información, sobre todo las cifras. Y atender adecuadamente las situaciones que se le presentan a ellos, algunas son situaciones, otras son problemas, cuando se trata digamos de temas académicos nosotros nos vamos al mayor nivel de detalle para identificar exactamente qué es lo que ha pasado con el estudiante.

Mira que nosotros somos la única universidad de Colombia de las cinco que te ofrecen el modelo dual, que todavía tiene el reglamento original del cual se instauraron los programas en Colombia. Nosotros aquí por ejemplo, los estudiantes del día no pueden repetir materias, los estudiantes de dual no se pueden rajar en la fase práctica, porque aquí repetir, digamos perder un curso y someterlo a rehabilitación o habilitación si eso no pasa, el estudiante sale del programa, y con todos y ese tipo de cosas hemos logrado bajar la deserción.

Entonces el tema fundamental es saber identificar la realidad del estudiante y que el director del programa este muy pendiente de ellos, y en un trabajo conjunto con los profesores que los están monitoreando a ellos de manera directa, no. Yo soy profesor de ellos también, pero durante el primer año de carrera y de ahí en adelante con los profesores de cátedra que han sido tradicionales aquí en el programa, ellos son termómetros que le permiten identificar a uno si hay grupos de estudiantes que por alguna razón estén fallando, con eso ellos ya ingresan desde el primer año de carrera a la plataforma de bienestar y en muchas oportunidades ellos se direccionan directamente allá, si es para solucionar un problema porque yo como director no los puedo obligar a que atiendan al consultorio psicológico, no eso no, no es viable en ninguna parte, pero si por lo menos

que se den cuenta que la universidad tiene todos los mecanismos, las áreas y las personas dispuestas a atender cualquier situación que se les presente para que ellos puedan terminar a feliz término sus estudios.

Entrevistador: ¿Y ustedes tienen algún sistema como un CRM, o algo que les permita consolidar la información de todos los estudiantes para identificar cada uno de esos requerimientos, necesidades, notas?

Entrevistado El ERP completo, como sistema de información queda consolidado este año. Por otro lado, nosotros si tenemos un sistema de información al cual tenemos acceso las personas que tienen trabajos directivos, directores de programa, jefes de departamento, y es en donde encontramos las cifras con cantidad y calidad de todo lo que es estudiantes, la parte de bienestar institucional, la parte administrativa, la parte tecnológica, todo eso lo tenemos centralizado.

Entrevistador: ¡Perfecto! Bueno Sr. Isaac, pues muchas gracias por participar, por la entrevista y por su tiempo. Pues mi misión es lograr entrevistar a personas que representen los programas duales de cada una de las cinco universidades, además de tener todo un trasfondo teórico y referencial, como un sustento de tesis y trabajo como coordinadora de admisiones en Uniempresarial.

Entrevistado Correcto

Entrevistador: una vez yo tenga el estudio aprobado con correcciones la idea es compartírtela, igual a las universidades duales que participen o que quieran conocer el estudio también, digamos que está abierta para que entre todas podamos ser un poco más cercanas en esta necesidad de retener a los estudiantes, y más considerando la diferencia que implica el modelo dual en la forma de estudiar y el apoyo. Todo lo que me has dicho es muy valioso y coincide con varias cosas que salen en los elementos teóricos. Quiero agradecerte por este tiempo.

Entrevistado ¡No, con mucho gusto! Y si requieres más información me cuentas. En este trabajo nosotros no tenemos la formula salvadora, pero aquí hay un trabajo mancomunado, y eso tiene, ante todo la garantía de éxito es monitorear permanentemente los programas y grupos de estudiantes. Eso es un tema de nunca acabar, hoy por hoy yo recuerdo las cifras de hace diez años a nivel nacional, esas cifras no han mejorado mucho, y tuve acceso a comienzos del semestre anterior, en agosto, a información del SPADIES que presento planeación en una reunión general de directivos, y yo veo una cifra muy cercana al 50, la deserción, la media nivel nacional.

Aquí en el programa dual, particularmente no te pasa del 25%, hoy por hoy.

Entrevistador: Muy buena cifra de la universidad, y en particular del programa

Entrevistado Ya las cifras de la universidad no la tengo, pero la del programa dual esa sí te la doy.

Entrevistador: No, lo más importante es de los duales. Nosotros en este momento tenemos una cifra del 43% de deserción, 58% de retención. Pero esa es la idea, aprender de todas, igual cada universidad tiene características diferentes, lo más importante es conocer las acciones que sean más efectivas y entre todas hacer que el modelo dual sea más fuerte

Entrevistado Ok, claro que si

Entrevistador: Bueno muchas gracias Sr. Isaac

Entrevistado A bueno Luisa con mucho gusto!

Entrevistador: Que tengas un buen día, cualquier cosa estaré escribiéndote, y apenas tenga la investigación escrita, con correcciones y aprobada serás el primero en recibirla.

Entrevistado ¡Claro que sí! ¡Saludes a Goe y al Dr. Carrizosa!

Anexo 7: Entrevista Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB

Sergio Ferreira

Director de Programa Administración de Empresas modalidad Dual

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Miércoles 31 enero 2018

Entrevistador: Aló buenos días, por favor el Sr. Sergio Ferreira

Entrevistado: Si con él

Entrevistador: Cómo esta Sr. Serio, habla con Luisa Monroy coordinadora de Uniempresarial, ¿cómo le ha ido?

Entrevistado: Hola, ¿cómo estás?

Entrevistador: Bien Sr. Gracias. El día de ayer me respondiste un correo

Entrevistado: Si Luisa, tengo 5 minuticos antes de una reunión que tengo para irme

Entrevistador: ¡Perfecto! Buenos Sr. Sergio como le comentaba por correo nosotros estamos haciendo una investigación desde el área de admisiones para poder identificar factores que repercuten en la retención de la universidad, entonces prácticamente son algunas preguntas y la idea es que sea una conversación más que todo sobre la retención.

Entrevistado: bueno

Entrevistador: ¿Sr. Sergio qué cargo tiene usted en la universidad?

Entrevistado: Director del programa de Administración dual

Entrevistador: ¿Usted está relacionado con temas de retención del programa dual?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: ¿Qué acciones realiza la universidad para poder fomentar la retención en la institución?

Entrevistado: Desde la universidad nosotros contamos con apoyo de bienestar universitario, que es un apoyo de orientación psicológica, apoyo de orientación en metodologías de estudio y apoyo de orientación, digamos que de comportamiento familiar.

Desde la universidad también se prestan apoyos académicos en función de tutorías en áreas comunes como matemáticas, estadística, informática, inglés, que son las áreas de más alto nivel de actividad académica baja.

Se presta desde la dirección también un acompañamiento individual relacionado con la asistencia a clase, el rendimiento académico por materias, para antes de terminar el periodo académico se pueda de forma individual y particular generar actividades de retoma. Y desde el tema académico, desde el tema perdón financiero, que es otra de las causales de deserción de estudiantes se les orienta en las diferentes opciones que hay para acceso a créditos y demás elementos.

Entrevistador: ¿De estas actividades existe alguna que sea diferente para los programas duales? ¿Es decir alguna especie de actividad específica solo para los estudiantes de duales teniendo en cuenta la dinámica de estudio que tienen?

Entrevistado: Digamos que lo diferente es la manera de abordarlo, tenemos un grupo de psicólogos capacitados, o entrenados en el modelo dual, de tal manera que ellos logren identificar las características del estudiante, además de la relación con la empresa que es uno de los elementos que más diferencia este modelo. Pero básicamente las actividades son las que mencioné y para dual es el foco que se les da, metodologías de estudio orientados no a memoria sino a toma de decisión y apropiación, y ese tipo de cosas.

Entrevistador: ¿La universidad tiene algún tipo de sistema que permita hacer esos seguimientos tan detallados de los estudiantes? ¿Cómo se acercan a los estudiantes?

Entrevistado: Desde la dirección del programa nosotros contamos con información del sistema banner, que es el sistema académico de registro más el sistema propio de seguimiento de inasistencias que se llama Siga, es en donde los docentes están

informando del número de inasistencias, u horas de inasistencias que van teniendo los estudiantes para poder llevar el record.

Entrevistador: ok ¿ósea que los docentes también están acompañando a los estudiantes en la retención?

Entrevistado: ¡Valido! Ah bueno hay otra cosa que me acabas de acordar, nosotros tenemos reuniones de núcleo en donde cada docente núcleo del área en la cual está siendo formado el estudiante, se reúne con todos los otros docentes que participan en el proceso de formación y desde ahí se hace una retroalimentación estudiante por estudiante, y si necesitan apoyo académico en esta área, desde allí también sale ese detonante o esa alerta.

Entrevistador: ¿Conoces cuál es el porcentaje de retención o deserción de los programas duales actualmente?

Entrevistado: A cierre 2017 está en el 6% de deserción

Entrevistador: ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna que según su experiencia haya tenido gran impacto para retener personas o una actividad específica que sea muy importante para poder retener?

Entrevistado: Yo creo que una sola no podemos determinarla, pero si la manera como lo estamos haciendo. Y creo que lo que funciona para tener un nivel tan bajo es el seguimiento uno a uno del estudiante. Porque cada caso es particular, es diferente y se aplican las diferentes opciones, de las herramientas o las tácticas que te acabe de mencionar.

Pero creo que la manera cómo podemos tenerlo tan bajo es hacer seguimiento hombro a hombro digamos.

Entrevistador: ¿Y ese seguimiento lo hacen los docentes, pero también participas tú como director?

Entrevistado: Yo soy el que hago el seguimiento con la participación de los docentes

Entrevistador: A ok, ósea que los estudiantes pueden estar... digamos que en contacto contigo directamente, pueden hablar...

Entrevistado: ¡Completamente, claro que sí!

Entrevistador: esta dinámica de retención de la universidad en tu concepto puede ser una forma académica, financiera, humana. ¿Desde tu concepto que enfoque tendría la retención en la universidad?

Entrevistado: Bueno, cuando hablamos de retención en la universidad te voy a hablar desde el programa en términos que tenemos una deserción del 6%, pero podemos llegar a tener una retención institucional de en casi el 100%, porque los estudiantes que salen

de aquí por alguna circunstancia, llámese actitudinal, llámese por rendimiento académico o financiero, la universidad termina recibéndolos en otros programas. Entonces, por ejemplo, por rendimiento académico o por actitud, tenemos administración de empresas presencial o virtual que termina absorbiendo al estudiante que sale. Entonces la retención en la universidad es mucho mayor.

Entrevistador: Es decir que un estudiante que no pueda continuar por x o y motivo puede seguir su carrera, pero de forma virtual y así la universidad los apoya

Entrevistado: o presencial, correcto.

Entrevistador: ¿Cuál podría ser el mayor obstáculo para lograr la retención?

Entrevistado: la financiera

Entrevistador: ¿la financiera es la que la universidad no podría intervenir?

Entrevistado: No, habiendo intervenido. Incluso hay situaciones en donde definitivamente no se puede hacer nada, o porque los estudiantes o los papás tienen alguna restricción financiera para participar en los apoyos de créditos que ofrece la universidad, ya eso es lo que se sale de las manos.

Entrevistador: ¡Claro, claro! ¿Y la universidad no tiene financiación interna?

Entrevistado: Tiene financiación con ciertas restricciones condiciones, pero lo más valioso es que tiene convenios con el 100% de las instituciones prestadoras de dinero.

Entrevistador: ¡ok, perfecto! Me ibas a contar la otra.

Entrevistado: Si hay otra causa de las cuales uno no puede controlar, y es que el estudiante no quiera, a pesar de que tú lo quieras ayudar. Es un tema actitudinal, si el estudiante no quiere, o la familia no quiere es complejo.

Entrevistador: la última pregunta es ¿Qué falta por hacer, que quisieras implementar en la universidad corto, mediano o largo plazo que pueda contribuir a la retención que pues en él a universidad tienen un buen porcentaje de retención?

Entrevistado: Desde la parte académica estamos empezando en el 2018 un programa de padrinazgo a través del centro de estudios del programa, en donde son los mismos estudiantes los que apoyan a niveles inferiores competencias inferiores de cada uno de ellos, ellos mismos se están apoyando en ese sentido y nosotros desde la universidad apoyamos en ese aspecto.

Y estamos trabajando también en el 2018 en una campaña de marketing para fortalecer el tema motivacional del estudiante.

Entrevistador: Bueno muchas gracias Sr. Sergio, como te comentaba por correo nosotros estamos haciendo este mismo ejercicio con todas las universidades con programas duales

en Colombia y también esperamos respuesta de las otras cuatro en Latinoamérica, y la idea es pues poder reunir las respuestas y compartir este estudio entre todas las universidades participantes para así poder compartir estrategias que sirvan y entre la red dual apoyarnos teniendo en cuenta que es un programa muy específico y con una dinámica diferente que permite a nuestros estudiantes logra ser profesionales.

Entrevistado: ¡Ok, perfecto!

Entrevistador: ¡muchas gracias! Me queda la última pregunta y es ¿usted me autoriza a que esta información sea puesta en el estudio?

Entrevistado: Si, pues también lo que te había entendido es para poderla compartir y tener referencia de lo que se está realizando.

Entrevistador: Si Sr. Así es

Entrevistado: ¡Listo! Vale!

Entrevistador: bueno muchas gracias Sr. Sergio que tenga un buen día

Entrevistado: Gracias igualmente.

Anexo 8: Entrevista Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt

Gloria Inés Vélez Parra

Decana programa de administración de empresas dual

Lunes 5 febrero 2018

Entrevistador: ¿Hace cuánto tiempo se encuentra trabajando como decana de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt?

Entrevistado: Soy la decana de la Facultad de Ciencias Administrativas de la CUE y hace 2 años, a partir del 2 de febrero de 2016.

Entrevistador: ¿Qué relación tiene usted con temas de retención en el programa dual? ¿Cuál es su rol con respecto a la retención?

Entrevistado: Por ser la líder de las actividades académicas de la facultad tengo una relación directa con los temas de retención del programa dual. En este caso mi rol es el de informar al equipo de trabajo sobre las actividades que se realizan a nivel institucional para incrementar la retención de estudiantes, asignar responsables en la participación de

estas actividades y verificar su cumplimiento a través de informes que entre otros aspectos deben contener indicadores.

Entrevistador: ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención en la Institución?

Entrevistado: Para fomentar la retención de estudiantes desde la Universidad se realizan diferentes actividades que en su mayoría están lideradas por bienestar institucional, a saber:

- Acompañamiento académico: los estudiantes que tengan dificultades en sus técnicas de estudio o bajo rendimiento, son atendidos por un profesional que identifica las causas de su situación académica e inicia procesos para mejorar técnicas de estudio, aprendizaje, hábitos de estudio. Los estudiantes pueden solicitar de manera autónoma este servicio, o este puede haber sido remitido desde la coordinación del programa o decanatura, porque han recibido una alerta de parte de los docentes o por sus resultados académicos.

Este acompañamiento también se puede dar cuando se identifica que el estudiante tiene un alto porcentaje de inasistencia y está en riesgo de perder por esta causa; se inicia con un llamado de atención preventivo y se invita al estudiante a solicitar el o los acompañamientos requeridos.

Se puede iniciar desde el ingreso del estudiante al programa, cuando en la entrevista de ingreso se detectan debilidades en las técnicas de estudio del estudiante.

- Acompañamiento psicológico: se da cuando el estudiante lo solicita de manera expresa, es remitido desde el programa o la decanatura por algún comportamiento detectado desde allí o por sus docentes.

Puede darse desde el mismo momento de ingreso al programa si desde la entrevista de ingreso se detecta la necesidad.

- Cátedra Institucional: en la cátedra institucional Alexander von Humboldt, que se cursa en primer semestre, se destina un capítulo de esta para tratar temas de introducción a la vida universitaria; que tienen por objetivo sensibilizar al estudiante sobre su papel como universitario y futuro profesional, y las implicaciones de su cambio de colegio a universidad.
- Noche de los mejores /Becas: los estudiantes que tengan un promedio igual o superior a 4.5, son exaltados públicamente en una ceremonia denominada “noche de los

mejores”, allí se les da un reconocimiento. Se otorga una beca del 50% a los mejores tres promedios del programa.

- Convenios para créditos: la universidad ha realizado diferentes convenios con entidades financieras con el fin de facilitar el acceso al crédito a los estudiantes de la universidad que requieran financiar su matrícula.
- Academia receptiva: se ofrece un programa a los estudiantes provenientes de ciudades diferentes a Armenia, con el fin de facilitarles su ingreso y estancia en la ciudad. Allí se tiene una base de datos de alojamientos y restaurantes universitarios, se les da información sobre la ciudad y se les acompaña durante el tiempo que estén ubicándose en Armenia.

Entrevistador: ¿Qué actividades realiza la Universidad para fomentar la retención específicamente en programas duales?

Entrevistado: Para el caso de los programas duales se desarrollan las mismas actividades descritas en la respuesta a la pregunta 3, sin embargo, considerado que el modelo se desarrolla en dos escenarios de aprendizaje, cuando los estudiantes se encuentran en fase de práctica se hace un seguimiento muy riguroso tanto al desempeño del estudiante como a las condiciones de esta práctica.

El seguimiento es realizado por parte de la Coordinadora Empresarial, además del docente asesor del estudiante.

Se hace revisión de las encuestas de satisfacción y a partir de los resultados se realiza un análisis y se verifica la necesidad de indagar sobre la razón de algunas calificaciones bajas, y si se requiere realizar un plan de mejora.

Entrevistador: ¿Cuál es el porcentaje de retención de los programas duales?

Entrevistado: Actualmente existe una tasa de retención del 93%

Entrevistador: ¿Existe alguna política institucional que fomente la retención?

Entrevistado: Como tal en la institución no existe una política de retención, sin embargo en el PDI se hace un análisis del contexto partiendo de lineamientos dados por parte del MEN, en cuanto a la permanencia de los estudiantes: Permanencia y equidad: Estos conceptos han sido clave en los últimos Planes Nacionales Decenales de Educación. (2006-2016) de actual vigencia, la equidad para toda la población y la permanencia en el sistema educativo constituyen desafíos en la educación en los planos mundial y nacional, inspirándose esta visión en una concepción humanista de la educación y del desarrollo

basada en los derechos humanos y la dignidad, la justicia social, la inclusión, la protección, la diversidad cultural, lingüística y étnica reafirmando la educación como un bien público y como un derecho fundamental y la base para la realización de otros derechos, muy alineado con la última declaración mundial en el Foro llevado a cabo en Corea 2015.

Así mismo, en el Reglamento de Bienestar Institucional se tienen como políticas, entre otras: **ARTÍCULO 39. POLÍTICAS DEL ÁREA DE DESARROLLO HUMANO.** Son políticas del Área de Desarrollo Humano las siguientes:

- ☐ Planear, programar y coordinar lo concerniente a la salud mental en la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt.
- ☐ Orientar a los estudiantes hacia una mejor adaptación en los aspectos educativos, individuales y ocupacionales, después del análisis personal de aptitudes e intereses.
- ☐ Apoyar los procesos de selección de la Corporación con el soporte de instrumentos psicométricos de diagnóstico y de entrevistas personales.
- ☐ Participar en las reuniones de promoción de los estudiantes lo que permite articular lo académico con lo psicoafectivo.

Entrevistador: ¿De las actividades que realiza la universidad existe alguna en particular que tenga un mayor efecto en fomentar la retención?

Entrevistado: De las actividades mencionadas en la respuesta a la pregunta número 3, la que mayor efecto genera en la retención es la de acompañamiento psicológico y académico; el cual solo se puede dar con una alerta temprana frente a las necesidades del estudiante.

Entrevistador: ¿Cómo es la relación entre docentes y estudiantes?

Entrevistado: Teniendo en cuenta que tanto la CUE AvH como los programas duales son pequeños, se da una relación muy cercana entre estudiantes y docentes. Los docentes pueden conocer mucho más fácil a sus estudiantes porque se enfrentan a grupos pequeños, e identificar sus necesidades académicas o comportamientos que puedan generar una alerta.

Los estudiantes tienen espacios para ubicar a sus docentes y encontrarse para asesorías programadas.

En general las relaciones son muy cordiales y respetuosas de las dos partes.

Entrevistador: ¿Cómo es la relación entre colaboradores y estudiantes?

Entrevistado: Al igual que lo planteado en el punto anterior, la relación es muy cercana y fácilmente los colaboradores pueden identificar a los estudiantes de los programas duales y sus particularidades.

La relación se basa en la cordialidad y el respeto.

Entrevistador: ¿La universidad cuenta con algún tipo de sistema que le permita hacer seguimiento a los estudiantes o registrar su información? ¿Cuál?

Entrevistado: No existe un sistema que permita hacer seguimiento a los estudiantes, el registro de información particular de estos se realiza en sus hojas de vida o registros de los coordinadores académicos y del coordinador empresarial.

Entrevistador: ¿Desde su labor, que actividades le gustaría implementar en los programas duales para fomentar la retención?

Entrevistado: Todos los programas en pro de la retención aplican para los estudiantes duales, sin embargo, es necesario resaltar que estos estudiantes ingresan a los programas duales con unas altas expectativas en su fase práctica y por lo tanto, no solo para retener sino además para mejorar su satisfacción, sería importante tener unos convenios empresariales muchos más fortalecidos; en los cuales los empresarios tuviesen un mayor compromiso. De esta manera se podría generar un mejor proceso de aprendizaje y en condiciones óptimas, durante esta fase.

Entrevistador: Desde su experiencia, si existiera una fórmula mágica para poder retener a los estudiantes ¿Cuál sería?

Entrevistado: No existe una fórmula mágica para retener a los estudiantes, ya que las causas de deserción son múltiples y corresponden a condiciones particulares de estos estudiantes y que pueden ir desde situaciones vocacionales, hasta problemas familiares, económicos e incluso de salud física y mental.

Lo importante frente a cualquier programa de retención es el que sea integral, es decir que parta de la prevención hasta medidas específicas según cada caso, y que además se haga seguimiento a estas.

Anexo 9: Entrevista Función Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial

Goe Rojas Hernández

Vicerrectora

Jueves 8 febrero 2018

Entrevistador: ¡Buenos días! Voy a contextualizarte un poquito de cuál es el objetivo de mi proyecto de especialización (consultoría), yo quiero identificar desde admisiones que acciones podemos implementar en Uniempresarial para fomentar la retención en la universidad. Entonces, parte de mi investigación es preguntar la experiencia en universidades duales sobre retención, y ya he entrevistado a todas las duales menos Uniempresarial y la Universidad de la Costa, que no tengo el contacto, ¿también si tú tienes un contacto me ayudarías!

Entrevistado: ¡Claro! La persona es Carol, y te da el contacto Esneda, y ella te dice, y seguramente te guía. Tal vez no es la persona pero es la directora del programa de administración, ellos ya no están con el programa dual, acaban de retirarse porque tuvieron algunos inconvenientes y seguramente te va a dar muchas luces, de porqué esos inconvenientes y qué se les presentó con los estudiantes, y que se les presento con las empresas, que a la larga el tema, si no hay una sinergia total entre estudiantes y empresas tenemos una dificultad para el modelo dual y esto repercute en retención de los estudiantes.

Entrevistador: ¡Sí! y precisamente es por esa característica que quiero hacerte las preguntas, es más que todo una conversación.

Entrevistado: ¡Muy bien!

Entrevistador: ¿Cómo es tu nombre y cuál es tu cargo en la Universidad?

Entrevistado: Mi nombre es Goe Rojas Hernández y mi cargo es Vicerrectora de Uniempresarial

Entrevistador: ¿Hace cuánto trabajas como vicerrectora de la universidad?

Entrevistado: Como vicerrectora estoy como hace mmmm.. Cinco años. Antes estaba como Directora académica empresarial porque o existía la figura de vicerrectoría, se crea desde hace poco, pero las funciones han sido las mismas, han sido más una denominación de cargo que cualquier otra cosa porque las funciones se han mantenido.

Entrevistador: ¿Tienes alguna relación, o has tenido alguna relación con el tema de retención?

Entrevistado: Si, mmmm directa e indirectamente. Directamente porque pues es un tema que es estratégico dentro de la institución, son indicadores muy fuertes que no solamente nos exige el Ministerio de Educación Superior, sino que ha sido una apuesta de la institución desde el momento que se creó Uniempresarial, en donde el tema de retención era muy importante para nosotros porque no solamente en estos sistemas de modelo dual,

no solamente era perder a un estudiante y un proceso social muy fuerte en donde estamos involucrando también familias, sino que adicionalmente teníamos un compromiso, o tenemos un compromiso con las empresas. Cada vez que se va un estudiante, se va una empresa detrás, y el costo no solamente para la institución, que seguramente tienen unos costos, seguramente no, ¡tiene unos costos importantes!, a nivel de egresos. El costo es también no solamente por el tema de dinero, sino por un tema de imagen reputacional y un tema de impacto social muy fuerte. Entonces por eso, de manera directa siempre he estado al tanto de algunos proyectos e iniciativas de la institución.

Y de manera indirecta porque ha diferentes áreas que dependen de la vicerrectoría o dependen de otras áreas y que han puesto muchos esfuerzos en mirar cómo se monitorea el tema, aunque no dependan directamente de la vicerrectoría como tal.

Entrevistador: ¿Qué acciones tiene la institución para poder fomentar la retención?

Entrevistado: Bueno, son varias. En determinado momento hemos cambiado como de área y expectativa de quien es el que maneja la parte de retención o quien nos da esos informes como tal de retención. Pudimos investigar diferentes universidades y por eso hemos ido como rotando, pero todavía creemos que estamos un poco inmaduros en entender la fortaleza de lo que es una gran estrategia de retención. Sin embargo lo que hemos hecho es unir algunos esfuerzos en donde los informes y las estadísticas no las genera un área, pero todas las áreas se involucran desde su pedacito, y digo yo desde su pedacito porque hay varios temas de deserción de nuestros estudiantes.

Uno es por temas académicos muy fuertes, este modelo, es un modelo demasiado exigentes y los estudiantes vienen con unas deficiencias complicadas, digamos a veces desde los colegios como tal, no solamente por las deficiencias que tengan en conocimiento que para eso hay muchas estrategias que se han desarrollado e implementado como nivelatorios, o como poner profesores que puedan llegar en los primeros semestres a que todos los estudiantes adquieran las competencias necesarias para poder seguir con temas como son matemáticas, lecto-escritura... sino adicionalmente por unos procesos pedagógicos, en donde los estudiantes no saben cómo estudiar, como organizar su tiempo y más en una intensidad, y ahora te hablo desde el modelo dual, desde el punto de vista del modelo dual es donde han tenido unas deficiencia complejas, porque muchos de ellos no están acostumbrados a las intensidades horarias que venimos trabajando nosotros, estar en colegio es una cosa, estar en una academia es otra, pero estar en una combinación de academia y empresa tiene unas deficiencias complicadas. Y si bien, no solamente es en lo académico sino además se

enfrentan a un proceso empresarial, entonces creo que lo primero es eso, lo primero es estrategias que hemos tenido que desarrollar para todo el tema de academia, de empalme académico y que se puedan incorporar a un proceso pedagógico en donde se combine academia y empresa.

(Pausa)

Entrevistador: Estábamos hablando de las actividades que realiza la universidad

Entrevistado: Si, entonces íbamos en toda la parte de adaptación académica, y que de allí se han tenido que desarrollar temas como las nivelaciones para que los estudiantes llegue con el mismo nivel, se han venido desarrollando temas de orientación psicopedagógica que también le ayuden a organizar la forma de estudio y que puedan tener un tema de monitorias, de tutoriales para que puedan adaptarse a las asignaturas y puedan evolucionar en su tema de formación profesional.

Así mismo, hemos encontrado que hay unos temas muy fuertes en la parte financiera, y desde la parte financiera pues el área encargada de estos temas, ha hecho grandes esfuerzos para mirar alternativas de cómo financiar a los estudiantes, cómo las entidades financieras apoyan este tema con unos requisitos mínimos y pues dependiendo de las características de cada familia y cada estudiante, porque detrás de cada estudiante hay una familia cuando estamos hablando de los estudiantes de día, ya los estudiantes de noche son otro perfil, y en posgrado por supuesto es otro perfil, en donde cada uno se financia de alguna manera o pide unos créditos, pero ya es sobre sus ingresos como tal, los demás dependen de sus familias.

Así mismo, dentro de esta parte financiera, como de este segundo bloque de temas complejos, pues lo que ha buscado Uniempresarial bajo este modelo, y viendo que en Alemania pues tienen otra mentalidad, que es de dónde venimos, en donde en Alemania pues es subsidiada la educación como tal y las empresas se incorporan, no solamente para apoyar la conformación de los jóvenes, sino que adicionalmente apoyan desde la educación y desde los subsidios que tienen para el pago de su educación como tal, pues aquí en Colombia es un poco más complicado, sin embargo lo que ha procurado Uniempresarial desde el principio es que los estudiantes tengan una poyo económico de principio a fin, tengan este apoyo que les ayude de alguna manera a día a día; algunas empresas de una manera mucho más generosa, otras con un poco mas de complicaciones dentro de sus presupuestos, porque pues también entendemos la carga tributaria que tienen algunas empresas, o todas las empresas en este momento, pero hemos buscado mecanismos para que ese apoyo económico que puedan dar las empresas, algunos que ya

los tienen dentro de su presupuesto y otras que no los tienen pero que al igual se les pueda dar, hemos buscado diferentes alternativas sabiendo que también esto es una ayuda para la retención de nuestros jóvenes.

¿Que cómo lo hemos hecho?, diferentes figuras, algunas con la parte de donación para que las empresas se vinculen y puedan aportar al estudiante, sin embargo que lo declare ante su renta líquida, con todo el tema tributario que se tiene detrás en donde la donación pueda ser deducible del 30%, hasta el 30% de la renta líquida, del 100% de la donación. Esta ha sido una buena alternativa para las empresas, porque Unipersonal no le pedirá, y no le pide a una empresa que pague por este servicio, sino al contrario, son aliados de nosotros, la co-formación, tiene que ser en conjunta, el estudiante debe tener dentro de sus obligaciones el pago de la matrícula como tal, pero es una alternativa para que las empresas que están interesadas puedan apoyar a una persona sin que esto les cueste más, por supuesto se le va en gastos, porque todo esto lo va a pagar en impuestos en algún momento, o lo va a pagar en ese proceso de formación.

Pero así mismo algunas empresas han visto que pueden apoyar directamente a los estudiantes, porque tienen dentro de sus presupuestos ya partidas para tener practicantes universitarios, y saben que es un apoyo muy grande para temas estratégicos de la organización, así que dentro de la cultura que tiene cada organización, si ven este posible apoyo pues se lo dan directamente, sin embargo algunos por temas también de todos los tributos que tienen que hacer una empresa, pues porque el tema laboral es complejo también para algunos empresarios, sobre todo para empresas medianas y pequeñas, lo ven como un apoyo, en donde no hay ninguna contratación laboral, sino es un tema de servicio de cooperación, y con eso pues ven la figura y la alternativa para apoyar al estudiante económicamente, sin que se le convierta en un tema laboral como tal. Así mismo ven otras figuras como es la cuota de aprendizaje de la ley 789 del 2002 en donde las empresas tienen una cuota para formar aprendices, que es la ley del SENA, de aprendices del SENA, en donde el 25% pueden ser profesionales universitarios.

Entonces, hemos tomado esa figura, aunque no es tan rigurosa por el tema dual, porque nunca se ha contemplado a nivel profesional, pero si como profesionales de las universidades tradicionales y hemos optado también por esta opción para que los empresarios pueda escoger entre estar que no se les vuelva un tema oneroso también tener a un estudiante (o no tan oneroso), y que de alguna forma puedan ayudar económicamente a todos los estudiantes para que aquí no se vea solamente por unas muy

buenas condiciones académicas, sino también por un apoyo a ese estudiante que puede ser de cualquier estrato, porque lo que valoramos es la capacidad y el querer estudiar bajo estas metodologías de alternancia teoría/práctica.

Esa es como la segunda parte gruesa, entonces lo primero es lo académico, y las deficiencias que vienen desde el colegio con procesos adquiridos que de pronto no han sido los más afortunados dentro del proceso de formación del joven. Lo segundo pues la parte financiera, y el tercero como un tema de adaptación y de, diría yo... este mundo un poco caótico adolescente, que en todos los años y en todos los momentos de la vida, de la historia de la humanidad, creo que es una época difícil. Pero no difícil, de transformación, de encontrarse a sí mismo, y aunque algunos dicen que otra época es más compleja, yo creo que todas las épocas han sido igualmente complejas sino con otras situaciones, y con unos códigos tradicionales diferentes, con un tema importante en temas de comunicación, en temas de cómo se comunican con estas personas, y con unos nuevos códigos que han adaptado los jóvenes, sin embargo siempre ha estado expuestos los adolescentes a temas de transformación y de temas sociales de impacto, ahora con mayor información de pronto antes con menor información, antes expuestos a otro tipo de actividades, en este momento son actividades propias de la época como tal.

Sin embargo, pues hay un tema que siempre ha sido importante dimensionar en todas las épocas, repito, pero que en este momento se ha vuelto un tema donde por temas de familiares condiciones familiares pues ha sido más difíciles incluso, a veces de abordar, o de pronto hay más sensibilidad, o de pronto hay más información, entonces ahora nos enteramos los papas de lo que hacen los jóvenes y antes no nos enterábamos, o por simplemente temas de transición y seguramente un reencontrarse de la humanidad en estos momentos y en estos procesos difíciles, en donde se están replanteando muchas cosas y por culpa de todo lo que hemos vivido en la misma sociedad pues nos hemos encargado de crear unas culpas innecesarias y hay unos escapes que pues en este momento estamos trabajando y que son los escapes actuales. Entonces hay problemas de droga de alcoholismo, uno muy especial que es en el tema de agresividad de los jóvenes, y todo esto nos ayuda a pensar en nuevas estrategias también para estar muy cercanos a nuestros jóvenes y también tener un proceso de comunicación que nos ha hecho repensar las cosas de cómo abordarlo a través de orientadores para estar mucho más cercanos a ellos pero hablándoles desde el mismo lenguaje, y no que haya una ruptura en la comunicación, como nos suele pasar de generación en generación.

Entonces creo que esas son como las tres grandes aristas que estamos tocando en el tema de retención y en esta última con un tema de procesos de también ver que hay en la familia y los contextos familiares que está viviendo esta sociedad actual en este momento actual. Y lo que estamos buscando en este momento, como última estrategia es cómo nos acercamos más a la familia para que seamos una red de apoyo a nuestros jóvenes y que en determinado momento las decisiones que tenga que tomar este joven sean mucho más acertadas y que sepa que puede contar con una herramientas importantes y que todos nos unamos con todos los esfuerzos que tenemos que hacer, entonces estamos en esta última fase tratando de hacer una mayor sensibilización para poderlos acercar a su familia.

Entrevistador: ¿Cómo hace Uniempresarial para poder relacionarse con los estudiantes?, es decir, para lograr estas actividades pues tiene que haber una forma de hablar con ellos.

Entrevistado: Bueno pues hay muchas, pero en este momento me voy a ir a la parte formal, y como académica pues tengo que decirlo, porque además tenemos que velar con exigencias del ministerio de educación superior, que no solamente por conceptos de tener una acreditación y un sello, sino porque realmente creo que es la mejor manera apropiada de mantener sistemas de calidad y de mantener una escucha permanente a nuestros grupos de interés, entonces está todo el proceso de autoevaluación.

Como manera formal y de exigencia en este momento del ministerio, el proceso de autoevaluación hace que todos nuestros grupos de interés tengan una posibilidad de ser escuchados y nos hemos encargado que el proceso dentro de Uniempresarial sea lo más acertado posible, en donde tengamos unas fuentes importantes, en donde permanentemente estamos evaluando los instrumentos utilizados en esa autoevaluación para que nos dé más luces de que es lo que quiere cada grupo de interés y en este pues particularmente del que estamos hablando, del tema de retención a nuestros estudiantes. Sin embargo, este proceso de autoevaluación hablando con los egresados, hablando con los empresarios y hablando con los docentes, nos dan muchas luces de además como podemos implementar nuestras estrategias para mejorar la satisfacción y que redunde directamente en el estudiante como tal.

Así mismo nosotros tenemos todo el tema de quejas y reclamos que es también un factor importante para que nuestros estudiantes se puedan comunicar y hemos considerado una figura que estamos en este momento revisando en donde los representantes de curso se vuelven una escucha permanente de los grupos de interés, de los estudiantes en cada promoción. Y cada promoción es un mundo diferente, totalmente diferente, pueden entrar en la misma generación dos grupos para el mismo programa que uno pensaría que tienen

las mismas tendencias, y los dos grupos dependiendo de los estudiantes que interactúen allí son completamente distintos, con necesidades y oportunidades diferentes, así que este también es un medio interesante.

Pero hay otro y es que también hemos nombrado a los docentes de tiempo completo, no solamente por la exigencia de tener docentes que tengan todas las aristas que son fundamentales dentro de una institución de educación superior, investigación, docencia y extensión. Sino porque creemos fielmente que, si la educación debe ser personalizada, debemos tener personas que estén muy cercanas y que de verdad la educación sea personalizada, pero con un interés de llegar a la persona, de que el aprendizaje sea totalmente significativo, de poder ayudar a otros contextos, y esto también nos ayuda a escuchar a los estudiantes y entender su situación para poderlos acompañar dentro del proceso.

Entrevistador: Una última y rápida pregunta es, ¿Para ti, dentro de tu experiencia, cual es la fórmula, o cual podría ser la fórmula mágica para la retención?

Entrevistado: Jumm.. Yo quisiera tenerla!, si la tuviera ya la hubiéramos implementado, pero yo creo que fórmulas mágicas no hay, hay fórmulas en construcción, y si podemos llamarlo mágico pues cuando el proceso se da y se queda eso es magia, ¡es magia divina! pero más allá de por qué alguien tenga la formula o no, y sabiendo que todas las personas somos tan diferentes, sin embargo creo que hay una herramienta en este momento que esta trabajado Uniempresarial y que considero que puede ser la opción más importante para asegurar una retención estudiantil, y es que las instituciones trabajemos en lo que es el proyecto de vida de los jóvenes, mas allá de unos buenos resultados académicos, más allá de un muy buen modelos, y de una calidad académica importante en lo teórico, mas allá de una adaptación para poder ingresar al mundo empresarial, creo que hay que conocer cuál es el interés del proyecto de vida de los estudiantes y ayudar a apoyar y a fortalecer, y que contribuyamos a lo que es ese proyecto de vida del joven.

¿Cómo hacerlo?, pues tenemos que hacer muchos intentos pero por ahora hay un proyecto para nosotros muy especial y es la transformación de la línea socio-humanística que conjuga varias acciones: una es tener todas las herramientas de lo cultural y deportivo integrado de una forma que pueda ver todas las dimensiones del ser, en donde las herramientas están allí dadas, la forma como tenemos que trabajarla es una cercanía desde lo lúdico y desde las actividades que sean de gran interés para nuestros jóvenes y desde el lenguaje de nuestros jóvenes, podamos buscar alguna alternativas para las competencias que se requieren, pero que todas estén encaminadas al ser, y aun ser que

tenga un proyecto de vida, y que nosotros simplemente seamos el canal y apalancar ese proyecto de vida de ese joven, y ayudarlo a conocerse, creo que eso es lo más importante, cuando una persona se conoce sabe para donde va, sabe que es lo que quiere y se puede apropiarse de su propio proceso, deja de criticar tanto el exterior y mira más hacia el interior, y busca más oportunidades en las cosas que ve de pronto oscuras o grises y saca adelante sus procesos y es el interés de él.

Entonces creo que con esa línea, o esa transformación de la línea socio humanística en donde lo que queremos apoyar dentro del estudiante es un autoconocimiento, un autocontrol, una autodisciplina. Seguramente va a generar, o va a revisar a mayor profundidad cuáles son sus habilidades y cuáles son sus competencias, y cuales debe reforzar para ser una persona feliz.

Entrevistador: Gracias! ¡Muchas gracias!

Entrevistado: Eso es todo! Me voy (risas)

Entrevistador: Gracias por tu tiempo!

Entrevistado: Bueno espero que te sirva de algo.

Anexo 10: Retirado 1

Retirado de Administración Empresas jornada flexible

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes, por favor Andrea

Entrevistado: ¡Hablas con ella!

Entrevistador: ¿Cómo estas Andrea?, hablas con Luisa Monroy, yo soy Coordinadora de Admisiones de Uniempresarial

Entrevistado: ¿Cómo estas Luisa?

Entrevistador: ¡Bien muchas gracias Andrea! Yo te llamo porque estamos haciéndoles algunas preguntas a nuestros estudiantes que no han podido continuar dentro de la Universidad y quisiera saber si tienen un minuto para poder hacerte algunas preguntas.

Entrevistado: Si

Entrevistador: Si bueno, ¿Hace cuánto no estás estudiando en la universidad?

Entrevistado: ¿tú me estas llamado de cuál universidad?

Entrevistador: De Uniempresarial

Entrevistado: No yo estoy estudiando

Entrevistador: Tú estás estudiando, ¿en qué semestre vas?

Entrevistado: Voy en el segundo

Entrevistador: Segundo semestre.

Entrevistado: Pero Luisa aprovechando es que mira que.... Bueno sigue y te cuento al final

Entrevistador: ¡No cuéntame!

Entrevistado: Pues mira lo que pasa es que yo si estoy pensando si continuo o no porque lo que pasa es que yo económicamente solamente tengo un ingreso.

Entrevistador: Si...

Entrevistado: Pues yo no tengo hijos, no voy a decir que yo tengo bebes o muchas responsabilidades. Mi única responsabilidad es lo económico, pero mi sueldo no me alcanza para seguir costearo el semestre. Entonces para colmo preciso la compañera que era la compañera que era la coordinadora de salón, de grupo no volvió, entonces a ella le enviaron una información de que teníamos un tiempo límite de pasar una documentación para el descuento, y ese descuento para mí es muy bueno porque es el 15% y en donde yo trabajo son afiliados a Cámara de Comercio, entonces ahora me dicen que yo no puedo presentar la documentación, y casi la diferencia para mi es mucha.

Yo estudio administración y el semestre es de casi cinco millones, si yo presento el descuento tengo el 15%, eso es un gran beneficio para mí, la forma que me ayudan, entonces yo ahorita, preciso estaba haciendo cuentas, estaba mirando cuanto tenia pero no , no alcanzo.

Entrevistador: ¿Y ya te acercaste a carter para poder revisar el tema?

Entrevistado: Si yo ya fui y hable, mande un correo a el Sr. Luis Felipe Castellanos y él me contesto que no y que lo hablarían en comité, y fue al comité y la respuesta no fue positiva

Entrevistador: ¿Pero tú te encuentras, tu estas asistiendo en este momento a clases?

Entrevistado: Si, yo inclusive si... tengo cases ayer tuve cases, hoy no tengo, pero normal, yo estoy viendo producción ahorita y contabilidad de costos.

Entrevistador: Vale, ¿tienes el correo que le enviaste al área de carter?

Entrevistado: Si yo lo tengo

Entrevistador: Puedes reenviarlo al siguiente correo por favor

Entrevistado: Vale un momento, es que preciso mira que en ese programa, con estos compañeros ha sido como, no ha sido contante, porque mis compañeros se retiran otros vuelven, de los que empezamos ya se retiraron cuatro, ahorita se retiraron tres, y en pleno semestre ya no volvieron. Entre esos estaba la que era monitora, entonces escogimos otra compañera y esa compañera a veces está pendiente, pero a veces, y a veces no, entonces no es constante con la información.

Entrevistador: ok, ¿ustedes cuantos iniciaron?

Entrevistado: iniciamos 12, en el primer semestre se retiraron dos y quedamos 10. Y ahorita que vallamos constantes a clase y que seamos juiciosos somos seis

Entrevistador: Ok, ¿tú tienes conocimiento de que actividades u opciones les ha ofrecido Uniempresarial para evitar retirarse?

Entrevistado: Nooo

Entrevistador: ¿No les han dicho nada, o que actividades tienen para poder seguir o continuar la universidad?

Entrevistado: No, ninguna información de ese tipo no

Entrevistador: De pronto alguna que tú hayas escuchado que te puede ayudar, por ejemplo, lo de los descuentos que me dijiste, puede ser uno

Entrevistado: Si para mi es de mucha ayuda. Para mi ese, también me han parecido buenos los profesores. De pronto localidad de la formación, algunas clases buenas, en unas materias que yo voy e muy chévere porque si lo están educando, lo están formando a uno le exigen. Pero así como hay personas que les gusta, hay otras que no.

Entrevistador: ¡Claro! Y todos tus compañeros, ¿sabes porque se han ido o no tienes conocimiento?

Entrevistado: Una compañera era porque era venezolana y ella se fue para su país, se devolvió. Pero mira, por ejemplo, en el caso de ella, ella era becada, no sé porque convenio ni nada, y había un compañero que se retiró porque no tenía medio económico, y ella era bien juiciosa, y la otra era bien desjuiciada y fuera de eso de otro país y becada, y la otra que si quería seguir y continuar no tenía oportunidad, en cambio la otra que no quería y se fue. Eso es muy ilógico.

Entrevistador: ¿Qué crees que podría hacer Uniempresarial para que tú puedas continuar tus estudios, y que tus compañeros que no pudieron puedan retomarlo? ¿Qué acciones podríamos hacer para poder contribuir a eso?

Entrevistado: Pues de pronto una forma es.... preciso una compañera se quedó sin trabajo y digamos no tenía la capacidad de seguir estudiando, de pronto Uniempresarial como tiene convenios con empresas de pronto puedan ayudar a ubicarse laboralmente

Entrevistador: ¿Ayudar a los estudiantes a conseguir trabajo?

Entrevistado: ¡Sí! yo pienso que esa puede ser, y de pronto digamos, es que yo tengo entendido que por promedio o cosas así Uniempresarial no ayuda, no creo que no, entonces de pronto motivar a los estudiantes a que sean juiciosos, a que tengan sus buenas notas, a que mantengan su promedio para tener beneficios económicos, digamos que no paguen el 100% del matriculado algo así.

Entrevistador: ¿Ósea que dar becas por resultados académicos te parecería pertinente?

Entrevistado: ¡Si, si es motivante!

Entrevistador: Y digamos en tu caso específico, ¿crees que revisando el descuento que tienen podrías continuar?

Entrevistado: Yo pienso que sí, preciso hoy estaba hablando con mi jefe para que me consignara las cesantías y miráramos a ver si podíamos completar la plata. Pero con los descuentos si me sería muy útil, además que, en mi caso, mira que yo me inscribí fue para ingeniería industrial y esa es más económica

Entrevistador: No la ingeniería industrial es más costosa

Entrevistado: Pues yo no sé, en el momento que yo la averigüe me daban un descuento y no sé qué, me salía por... son carreras que ustedes dan un porcentaje porque motivan las empresas

Entrevistador: ¡Sí! quedan igual, las ingenierías en pecuniarios cuestan siete millones, pero con descuento quedan en cinco millones, que es igual al de las empresas, exactamente el mismo valor.

Entrevistado: Aaaa yaaa.. La verdad yo inicialmente averigüe ingeniería industrial y no la lograron abrir me pase a administración, me parecía buena

Entrevistador: ¡Te ha gustado hasta ahora?, digamos que aparte del tema económico, ¿cómo puedes describir tu experiencia con Uniempresarial?

Entrevistado: Me ha parecido muy buena, uno siente las clases personalizadas y tal vez porque mi grupo es pequeño yo siento la clase personalizada, yo siento que si tengo alguna duda el profesor me la soluciona, el profesor me ayuda, me da explicaciones. Yo siento que las clases han sido personalizadas, porque mi grupo es muy pequeño.

Entrevistador: ¡Claro! Y puedes aprender mejor también

Entrevistado: Si y por lo menos tenemos la libertad de pronto... no se siente pena al hablar ni nada, sino es con mayor tranquilidad, más abiertamente

Entrevistador: ok! ¿Cómo podrías describir la relación entre los docentes y los estudiantes? ¿Cómo es para ti esa relación?

Entrevistado: Me parece buena, digamos de las clases que yo he visto solamente como al principio, yo digo que eso va en metodología del profesor, ósea uno no puede siempre mantener 100% motivado a un estudiante, mantenerlo cautivado, no hay momentos en que los estudiantes se dispersan, pero no me ha parecido muy buena

Entrevistador: ¿Y la relación con los colaboradores, los funcionarios, las personas que trabajan acá?

Entrevistado: Todos muy amables, no he tenido lio con ninguno

Entrevistador: Bueno Andrea muchas gracias por tu tiempo, por favor envíame el correo que le enviaste a cartera con tu solicitud al siguiente correo admisiones@uniempresarial.edu.co

Entrevistado: Listo Luisa, perfecto, tu llamada fue perfecta.

Entrevistador: listo Andrea entonces que tengas un buen día

Entrevistado: Muchas gracias eres muy amable chao.

Anexo 11: Retirado 2

Retirado de Administración Empresas jornada diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes por favor Karen

Entrevistado: Si con ella

Entrevistador: ¿Cómo estas Karen? Hablas con Luisa Monroy Coordinadora de Admisiones de Uniempresarial

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: Karen yo llamo porque estamos realizando un seguimiento a las personas que no han podido continuar con los estudios en Uniempresarial, ¿tú en este momento te encuentras retirada de la universidad o sigues estudiando?

Entrevistado: Pues... yo me retire de la universidad y pues estoy estudiando en otra ya hace un año

Entrevistador: Ok, ¿Cuántos semestres alcanzaste a ver con nosotros?

Entrevistado: Dos

Entrevistador: ¿Dos semestres?

Entrevistado: Si, si Sra.

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no pudiste continuar en Uniempresarial?

Entrevistado: Pues... porque al principio nos íbamos a ir de práctica y después no, y ya después se me hacía muy pesado entonces pues si esas fueron las razones

Entrevistador: ok ¿alcanzaste a hacer prácticas?

Entrevistado: hice una

Entrevistador: ¿y cómo fue tu experiencia en prácticas? ¿Te gusto no te gusto?

Entrevistado: Ehh... pues... si fueron chéveres

Entrevistador: ¿Qué pudiera haber hecho Uniempresarial para poder permitir que tú siguieras con nosotros? ¿Qué pudiéramos haber hecho para apoyarte más?

Entrevistado: Pues digamos que no, no pues todo lo tienen, sino que era más personal, como más familiar que no me dejó continuar, pero Uniempresarial tiene todo, pues porque no todas las universidades, tienen la opción de estudiar y trabajar tres meses y esa es la experiencia. Lo otro es que también es un poquito costo entonces no.

Entrevistador: ¿También por eso no pudiste continuar?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: Ok ¿Uniempresarial alcanzó o te pudo dar algún tipo de apoyo o acción para que tu pudieras continuar con tu carrera, digamos con los temas personales o familiares o económicos te pudo brindar alguna ayuda?

Entrevistado: mmm... pues. la verdad no

Entrevistador: ok ¿tu preguntaste o pediste ayuda?

Entrevistado: terminé y ya, no pedí ningún tipo de ayuda

Entrevistador: ok ¿de las personas con las cuales tu estudiaste conoces a otra persona que no haya podido continuar o sabes de las razones por las cuales no continuaban en tu curso?

Entrevistado: Pues la verdad no, no se Pues cuando yo estaba estudiando allá si se retiraron como unas diez personas, pero no sabría decirte

Entrevistador: ¿pero no sabes por qué?

Entrevistado: pues de pronto algunas no resisten la carga la metodología y otros problemas familiares o perdían semestres

Entrevistador: ¿Qué fue lo que más te gusto del modelo dual?

Entrevistado: pues digamos que. digamos yo que en ese año tenía 16, 17 años pues yo no tenía nada, nada de experiencia y desde entonces empecé a fortalecerme para coger, saber cómo la experiencia laboral, que se hacía que no se hacia

Entrevistador: ¿Es fue lo que más te gusto?

Entrevistado: Si

Entrevistador: ¿y del modelo dual que fue lo menos que te gusto?

Entrevistado: digamos que... no lo digo por mí, lo digo por algunos compañeros, a algunos digamos en las prácticas lo ponían digamos a archivar, o los ponían a hacer otras cosas. Cada clase tienen una materia núcleo y se suponía que uno debía hacer... digamos en el primer semestre era mercadeo, y se suponía que uno tenía que hacer eso porque igual de eso tocaba hacer informes, y hay algunos que no los... los pusieron como archivar.

Por ejemplo, a mí como las primeras semanas me pusieron a archivar y no hacer nada de lo que a mí me tocaba hacer, yo hablé con mi asesora y ella pues hablo con la persona encargada en ese momento y ya me dejaron como asistente comercial, y así. Pero había algunos compañeros que, si no les tocaba hacer cosas que no se deberían hacer, por más que fuera un apoyo o algo así no era lo que uno quería.

Entrevistador: ¿Cómo serían esas prácticas ideales? ¿Qué querían aprender en esas prácticas?

Entrevistado: Digamos en ese momento, pues yo lo hablo en el caso de mercadeo, hay compañeros que digamos era mercadeo y los ponían a hacer producción o logística.

Entrevistador: ok ¿Qué coincidiera la materia con lo que hacían?

Entrevistado: ¡Exacto! Digamos hay gente que los ponían era hacer pasteles, o a limpiar, o hacer de los pasteles las cajitas, eso listo uno le sirve en la vida, pero pues no era lo que uno tenía que hacer en el momento, o digamos llamar o eso, hay cosas que si se debe hacer y otras que creería que no

Entrevistador: ¿Cómo era la relación entre los estudiantes y los docentes?

Entrevistado: Pues a mí me gustaba todo, todo bien, ósea como hacían las clases los profesores, no eran de los que uno llegaba al salón y se quedaba dormido, era como lúdico, aunque la jornada es un poco larguita pero era chévere.

Entrevistador: ¿entre los colaboradores, ósea las personas que trabajan en Uniempresarial y los estudiantes como era la relación?

Entrevistado: eh, también, todo muy bien, las personas digamos de aseo, las de la cafetería, otras personas, digamos cuando yo iba a la biblioteca todo muy bien

Entrevistador: ¿podrías darnos un consejo para poder ayudarnos a que los estudiantes a que continúen?

Entrevistado: ¿Qué consejo les daría? Pues... el consejo que yo si les daría es que digamos a los estudiantes que les asignen aun asesor sea de buena calidad, me refiero a un asesor si uno va a buscarlo y si uno le dice que paso esto, esto y esto, o hay asesores que dejan todo para última hora y que son muy relajados entonces eso a uno también pues, uno necesita un apoyo de ellos para poder estar, porque se supone que son ellos quienes nos ayudan a los estudiantes a buscar una buena empresa y así poder hacer una buena práctica.

Ese sería el único, pero de resto la metodología es súper bien, todo, las clases, los profesores, me gusto porque no es una universidad así súper grande, para mí como Uniempresarial es más que suficiente, todas las clases. Pues lo único si como las practicas mirar que empresa si sirve que no y más que todo en la materia núcleo que a uno le toca

Entrevistador: Bueno muchas gracias Karen desde Uniempresarial te damos un saludo y esperamos que en tu nuevo camino estés muy bien, igual tu sabes que en cualquier momento puedes regresar o visitarnos estamos muy dispuestos a recibirte ¿está bien?

Entrevistado: Bueno listo gracias

Entrevistador: que estés muy bien

Entrevistado: gracias hasta luego

Anexo 12: Retirado 3

Retirado de Administración Empresas jornada diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló buenas tardes

Entrevistador: aló buenas tardes, por favor José Daniel

Entrevistado: Si con él, ¿con quién tengo el gusto?

Entrevistador: ¿Cómo estás José? Yo soy Luisa Monroy Coordinadora de admisiones de Uniempresarial ¿Cómo te va?

Entrevistado: ¡Bien si Sra. Gracias!

Entrevistador: José yo llamo para preguntarte ¿tú sigues estudiando en Uniempresarial?

Entrevistado: No Sra.

Entrevistador: ¿Tú te retiraste?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: ¿Hace cuánto no estudias en Uniempresarial?

Entrevistado: No estudio hace un semestre

Entrevistador: Vale lo que pasa es que estamos llamando a las personas que tenemos en base de datos como retirados para hacerte algunas preguntas y mejorar la universidad. ¿Podría saber cuáles son las razones por las cuales no continuaste estudiando?

Entrevistado: mmm, proyectos personales

Entrevistador: ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?

Entrevistado: mmmmm ósea yo tuve una mala experiencia con las prácticas donde en primer semestre estaban en el cambio del encargado de las prácticas y no hubo un acompañamiento constante y estaba un poco perdido, estábamos un poco perdidos. Pero no de resto no

Entrevistador: ¿Uniempresarial en algún momento te ofreció alguna actividad, o alguna acción que tú pudieras usar para seguir? ¿De pronto pudimos hacer algo para poder ayudarte a solucionar tu problema o ayudarte?

Entrevistado: Eran de crear empresa, entonces básicamente yo me retire, yo no expuse como tal el problema que tenía, eran cosas personales, proyectos

Entrevistador: ¿Que podríamos hacer nosotros para poder ayudar a nuestros estudiantes a continuar su carrera?

Entrevistado: A ver ¿Qué cosas?... mmmm... yo creo que pueden hacer clases adicionales, que no tengan ningún costo para refuerzo de algunas materias que de pronto algunas personas pues yo tenía 25 años y yo por ejemplo había dejado de ver los números básicos, y había visto unas cosas de informática y eso me estaba dando duro. Entonces a las personas que se les dificulte de pronto ese tema, pues también pueden ser más jóvenes que yo, poderlos ayudar, y obviamente tenerlos en cuenta para que no tengan problemas con materias más adelante.

Entrevistador: De esta experiencia que pudiste de poder estar en clase y en empresa al tiempo ¿Qué fue lo que más te gusto?

Entrevistado: Como tal la Uniempresarial quede Súper contento con la formación académica, súper contento, me agrado demasiado las clases, los docentes excelentes, fenomenales, no tengo queja alguna con ningún docente me fue muy bien, aprendí lo que tenía que aprender de administración de empresas. Y de las practicas, lo que te digo, a mí no me fue muy bien, obviamente de todo se aprende, de todo se aprende, y pues es chévere porque uno empieza a mirar las cosas buenas y las cosas malas y las que no harías con tu empresa o cuando estés trabajando, me gusta, me gusta la universidad como tal, me gusta mucho

Entrevistador: ¿Cómo podrías describir la relación éntrelos funcionarios y los estudiantes?

Entrevistado: Si es respetuosa está bien

Entrevistador: Y finalmente, ¿si pudieras darnos un consejo para que Uniempresarial pudiera ayudar más a los estudiantes a que continúen sus carreras, terminen y se gradúen, ¿qué podríamos hacer para ayudar?, de pronto en otros casos de tus amigos y tu propio caso

Entrevistado: No yo creo que ya ustedes como tal no, creo que es del estudiante como tal, que le guste lo que hace y quiera seguir estudiando, que se le facilite económicamente los pagos y todo el tema que se relacione con eso

Entrevistador: Bueno, gracias por tu tiempo José pues estamos realizando preguntas para seguir creciendo como universidad y tú sabes que en el momento que tú quieras regresar a Uniempresarial te esperamos con los brazos abierto y que tengas muchos éxitos

Entrevistado: Muchísimas gracias, muy amables y espero en alguna oportunidad volver

Entrevistador: Con mucho gusto que tengas una buena tarde

Entrevistado: Hasta luego

Anexo 13: Retirado 4

Retirada de Finanzas y Comercio exterior jornada diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Si a la orden

Entrevistador: Aló buenas tardes por favor María

Entrevistado: Si con ella

Entrevistador: Como esta María hablas con Luisa Monroy yo soy coordinadora de Uniempresarial, del área de admisiones ¿Cómo te ha ido?

Entrevistado: Bien si Sra.

Entrevistador: ¿Tú sigues viniendo a clases?

Entrevistado: No, no señora, uhh desde el año pasado

Entrevistador: ¿Hace un año te retiraste?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: Y estabas estudiante Finanzas y Comercio exterior en el día

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: ¿Cuántos semestres alcanzaste a estudiar?

Entrevistado: No, solo uno. Ni uno, como unos meses

Entrevistador: ¿Podría saber cuáles fueron las razones por las que no continuaste?

Entrevistado: Porque ya después no tenía para el estudio

Entrevistador: ¿Qué podríamos haber hecho para que te quedaras en Uniempresarial?

Entrevistado: No se... (Risas), no sabría decirte

Entrevistador: ¿o nosotros te prestamos algún tipo de ayuda?

Entrevistado: pues la verdad no, no sobria sobre esa información

Entrevistador: ¿Desde tu punto de vista, que podríamos hacer para que las personas que están en Uniempresarial continúen?

Entrevistado: Pues no sé, como pagar por cuotas, o mensualmente

Entrevistador: Si tuviéramos esa opción, ¿tú podrías haber continuado?

Entrevistado: Si exacto. Igual yo tenía préstamo con el banco Pichincha pero ya después tuve problemas familiares y ya obviamente no podía seguir pagando esas cuotas

Entrevistador: ¿De lo que alcanzaste a vivir con nosotros que fue o que más te gusto?

Entrevistado: El horario de clases era muy completo

Entrevistador: ¿Qué podríamos mejorar?

Entrevistado: No, la verdad no, nada me incomodaba

Entrevistador: ¿Recuerdas cómo era la relación entre profesores y estudiantes?

Entrevistado: no súper chéveres, atentos

Entrevistador: ¿Y de las personas que trabajaban acá?

Entrevistado: Si igualmente

Entrevistador: ¿Si pudieras darnos algún consejo para hacer que nuestros estudiantes puedan terminar los pregrados que consejo nos darías?

Entrevistado: Ninguno

Entrevistador: Gracias por tu tiempo

Entrevistado: Gracias

Entrevistador: Chao

Entrevistado: Chao

Anexo 14: Retirado 5

Estudiante de Ingeniería Software diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistador: Aló buenas tardes, por favor Luisa María

Entrevistado: Hablas con ella

Entrevistador: ¿Cómo estás? Hablas con Luisa Monroy yo soy Coordinadora de Admisiones de Uniempresarial ¿cómo te ha ido?

Entrevistado: Bien muchas gracias

Entrevistador: Luisa yo te llamo porque estamos realizándole algunas preguntas a nuestros estudiantes y quisiera preguntarte ¿tú en este momento estas asistiendo a clases?

Entrevistado: No señora, yo me cambie de Universidad

Entrevistador: Hace cuanto no estudias en Uniempresarial

Entrevistado: Este semestre

Entrevistador: Ok, ¿Culés fueron las razones por las cuales no pudiste continuar con nosotros?

Entrevistado: mmmmm pues es que me gusta mucho el arte y muchas cosas entonces considero que la ingeniería de software me dio muchas buenas bases, pero necesitaba como más esa parte, entonces básicamente por eso

Entrevistador: ok ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?

Entrevistado: Eeeee yo realmente si ya habíamos hecho proceso de matrícula con mi mama y todo, pues por las materias que ya me iban a dar posteriormente, pues que eran de la carrera y cosas así que me gustaban mucho, sin embargo en la otra universidad las materias que hay eran muy similares las que daban en esta ingeniería, entonces no es que se pierda tanto la programación y eso básicamente.

Entrevistador: ¿Uniempresarial realizó alguna acción para ayudarte a continuar o para orientarte?

Entrevistado: No mira realmente esa fue una de mis primeras opciones cuando salí del colegio, pero me decidí por Uniempresarial, pero este año tomé la decisión como más a conciencia, y fue más como decisión personal en compañía como de mi mamá que más como por la universidad

Entrevistador: ¿De lo que conociste de Uniempresarial, que fue lo que más te gustó?

Entrevistado: mmmm me gusto digamos mucho los profesores y todo, me parece que saben cómo mucho. Y también como el tema dual, me parece que de cierto modo es muy bueno y me parece que es realmente una buena institución y todo, pero pues como no es lo que realmente a mi futuro me servía me cambie.

Entrevistador: ¿Tú alcanzaste a ir a prácticas?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: ¿Cómo te fue en las prácticas?

Entrevistado: Pues en las practicas me fue bien, eehhh obviamente digamos, no, mi director sabe que en algunas circunstancia no fue lo ideal pero digamos que me ayudo como persona, mucho en cosas de mí, y profesionalmente pude aprender ciertas cosas y como poner en práctica algunas poquitas cosas que había mirado

Entrevistador: De las cosas que me dices que tuviste inconvenientes, o de tu experiencia en prácticas ¿Qué fue lo que menos te gustó?

Entrevistado: realmente no creo que sea como un problema de ustedes porque igual la empresa no dependía de ustedes, pero sin embargo por ejemplo si a veces como que, no sé, uno se siente como explotado ¿si me entiendes?, como que te utilizan mucho y al mismo tiempo te sientes tal vez como un poco más de lo que no es de tu carrera, o tal vez, como que hay una cierta línea delo que tú podrías llamar tu trabajo como estudiante acorde al semestre en el que tú vas y una pequeña línea en lo que es un poquito el abuso, entonces eso fue principalmente lo que paso

Entrevistador: ¿Qué hacía que te sintieras explotada, por así decirlo?

Entrevistado: Por ejemplo, una vez me toco quedarme como hasta las diez de la noche, y había ido súper temprano, y por situaciones que habían pasado ahí me toco quedarme. O digamos cuando estaba a punto de terminar lo que me habían pedido siempre me exigían un poco más o me lo cambiaban, o incluso muchas veces me cambiaban el horario porque si ya habiendo firmado mis horarios, y digamos el ambiente laboral, ósea eran como muchas cosas que hacía que no me sentirá como muy cómoda en la práctica

Entrevistador: ¿Cómo serían las prácticas ideales?

Entrevistado: Para mí lo principal es que exista alguien que esté ahí, pero no diciéndote haz eso o esto, sino que realmente te ayude a ti como profesional a crecer. Ósea no digo que uno tenga que tener una persona ahí para trabajar, pero si una persona que esté ahí y sepa algo de lo que tú estás estudiando, porque no es como un colegio, y todo el mundo sabía de todo menos de lo que me tocaba hacer a mí, y me tocaba hacer las cosas sola. Y creo que a muchos de mi carrera les pasó lo mismo, no tenían ese acompañamiento que a veces uno necesita para crecer, más que todo. Entonces creo que eso era como lo ideal que para mí hubiera podido pasar.

Entrevistador: ¿Cómo podrías describir la relación entre los profesores y los estudiantes?

Entrevistado: ¡La verdad, a mí sí me gustaron bastante! Digamos yo me lleve muy bien con todos los profesores y digamos que no hay esa línea como tan estricta como de yo soy el profesor superior a ti y lo sé todo, sino que siempre el profesor es el guía, pero es muy amigable, es muy atento y siempre me explico las cosas muy bien y rápido. Mis profesores fueron demasiado buenos en cuanto a la enseñanza y demasiado buenos como personas.

Entrevistador: ¿Y con las personas que trabajan acá como era?

Entrevistado: Pues la verdad, realmente no hubo problema con alguien, era una relación como...” hola como estas, muy bien” si como, relacionalmente nunca tuve problemas con nadie en la universidad

Entrevistador: Y la última pregunta es ¿si pudieras darnos un consejo cual nos darías?

Entrevistado: Eh hh pues... yo considero que por ejemplo la carrera de ingeniería uno no debería salir tan rápido, hacer prácticas y tener un poquito más la base sólida en cuando lo que tiene que sabes, yo me hablo con muchos compañeros míos y todo y no se ósea, las cosas que a uno le exigían eran cosas que te toca aprender a ti, y eso no está mal, como que uno se rete a sí mismo para hacer las cosas.

(Se cortó la llamada)

Anexo 15: Retirado 6

Retirado de Marketing y logística flexible

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes por favor Ana María

Entrevistado: Si con ella, para que seria

Entrevistador: ¿Cómo estás? Hablas con Luisa Monroy soy coordinadora de admisiones
¿Cómo estás?

Entrevistado: Muy bien, muchas gracias

Entrevistador: Ana María, nosotros estamos llamando desde admisiones para poderle realizar algunas preguntas a nuestros estudiantes y quería saber si tú en este momento está activa en Uniempresarial si tu vienes a clases

Entrevistado: no, no he vuelto a clase porque yo entre trabajar.

Entrevistador: ¿Hace cuánto no estudias en Uniempresarial?

Entrevistado: No pues este año, no volví

Entrevistador: ¿Por trabajo?

Entrevistado: Si por trabajo

Entrevistador: ¿En qué semestre estabas?

Entrevistado: Segundo

Entrevistador: ¿le comunicaste a la universidad esta situación, te pudimos ayudar?

Entrevistado: No pues la verdad yo no me he acercado porque no he podido ir, yo me encuentro en este momento en La Mesa – Cundinamarca y yo subo dos veces a la semana, pero igual me toca bajar, tengo un almacén que montamos

Entrevistador: ¿Qué te hubiese hecho quedar en Uniempresarial?

Entrevistado: la verdad ustedes colaboran, digamos yo nunca me he acercado, porque no he tenido el tiempo, no sé si hay una opción del semestre que viene que arranca ahoritica dejar quieto, lo pueda congelar

Entrevistador: ¿aplazar?

Entrevistado: aplazar si

Entrevistador: Si podrías hacerlo, si pagaste el semestre

Entrevistado: No, yo no he pagado tercero yo hice pues primeros semestres, pague segundo semestre que finaliza ahoritica, si no estoy mal esta o la próxima semana, y no he pagado el siguiente

Entrevistador: ¿Tú estudias en el día o en la noche?

Entrevistado: En la noche

Entrevistador: ¿Qué fue lo que más te gusto?

Entrevistado: Pues la verdad, los profesores son bastante dinámicos muy chéveres, el horario es bastante práctico, pero pues viajando si es complicada la cosa

Entrevistador: ¿Qué cosas no te gustaban tanto?

Entrevistado: La rotación de salones, el primer semestre rotamos por toda la universidad, yo considero que está bien que uno rote que no tengamos solo un salón, pero el segundo semestre fue todo el semestre abajo al lado del salón de música, entonces el video beam no funcionaba de manera correcta. Todo el mundo rotaba y nosotros nos quedábamos en ese salón, yo entiendo que no todo puede ser bonito, pero si rotar porque había salones libres con mejores equipos

Entrevistador: ¿Cómo eran tus docentes?

Entrevistado: Bien, había unos de verdad muy chéveres, que si me aportaron muchísimo y otros que pues la verdad yo los sentía como rellenó, pero entiendo que es el requerimiento que uno tiene que cumplir

Entrevistador: ¿y los colaboradores?

Entrevistado: Son muy especiales, siempre estaban atentos y dispuestos a ayudar

Entrevistador: ¿De los compañeros con los cuales tú estudiaste, tienes conocimiento si alguno no continuó con la carrera?

Entrevistado: Si, en el primer semestre se retiró una niña que trabajaba en el tiempo y ahoritica para segundo semestre se retiró otra que trabaja para seguros, y ahoritica se retiraron varios, de trece que éramos queda como siete.

Entrevistador: ¿Sabes porque se retiraron?

Entrevistado: no, no sabría decirte la verdad.

Entrevistador: ¿Si pudieras darnos un consejo cual sería?

Entrevistado: que puedan manejar parte virtual a la par, uno podría alternar yendo ciertos días y respondiendo con las obligaciones de manera virtual en cada que a uno le quede difícil, porque cuando uno trabaja y es horario flexible, es muy receptivo a que le pongan a uno de que a las, son clases de tres hora o de cuatro horas y media, y que le digan a uno que con cuatro hora se pierde, entonces si falta media clase o falta un bloque entonces uno ya pierde la materia, es muy receptivo y se vuelve el tema del profesos como escuelero, y uno entiende que si hace el esfuerzo que sea flexible es porque uno no puede dedicarle las ocho horas en el día.

Entonces realmente yo no volví, no me he comunicado porque no me queda tiempo salir a decirle venga profesor colabóreme con la nota, hágame perder pero no me haga perder

en cero, déjeme perder en 2,5. Entonces prefiero no volver porque la verdad yo trabajo, yo soy ingeniera industrial, hacemos sombreros, exportamos sombreros, entonces estamos viajando y estamos ocupados, y darle la explicación al profesor y entonces que pereza tengo 32 años.

Si es flexible entonces que sea flexible, que no sea tan estilo recién egresado

Entrevistador: Bueno muchas gracias

Entrevistado: mil gracias, hasta luego

Entrevistador: hasta luego

Anexo 16: Retirado 7

Retirado de Administración de empresas día

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló, Buenas tardes, por favor Viviana

Entrevistado: Con ella habla.

Entrevistador: ¿Cómo estás Viviana, hablas con Luisa Monroy, yo soy coordinadora de admisiones de Uniempresarial, ¿cómo te ha ido?

Entrevistado: Bien, muchas gracias.

Entrevistador: ¿eeehhh Viviana te llamo porque estamos realizándole algunas preguntas a nuestros estudiantes y quiero saber si tú estás activa en Uniempresarial, es decir, estás viniendo a clases?

Entrevistado: No señora.

Entrevistador: Ok, ¿Hace cuánto tiempo no estudias en Uniempresarial?

Entrevistado: Desde, terminé el año pasado ahí.

Entrevistador: ¿Cuánto tiempo estudiaste con nosotros?

Entrevistado: 1 año.

Entrevistador: 1 año, vale, ¿Alcanzaste a vivir el modelo dual? es decir las prácticas?

Entrevistado: Si, si señora.

Entrevistador: ok, ¿Cuáles fueron las razones por las cuales no pudiste continuar con nosotros?

Entrevistado: Porque la verdad las prácticas no era lo que le dicen a uno al comienzo, me parecieron muy malas.

Entrevistador: ok, ¿Por qué te parecieron malas, ¿qué no te gustó?

Entrevistado: ehh, las empresas que le dan a uno son muy malas, y pues la idea es aprender, ¿no? Y uno va a hacer nada prácticamente en esas empresas y tras del hecho lo ponen a uno en unas empresas donde lo tratan a uno súper mal, entonces, me parece que deberían primero que todo estudiarlas para ahí si meternos a los estudiantes a eso.

Entrevistador: ok, ¿Y en qué empresa estuviste?

Entrevistado: Tuve... varias

Entrevistador: ok, ¿En cuáles?

Entrevistado: Pero bueno en la que tuve más inconvenientes, fue en una que se llama Metalquímica y ahí no pude continuar por lo mismo

Entrevistador: Ok...

Entrevistado: si...ya y otras que no me acuerdo como se llaman la verdad.

Entrevistador: Básicamente fue porque no te gustaron las prácticas, las razones por las cuales ya no continuaste en Uniempresarial, sí?

Entrevistado: Exactamente.

Entrevistador: Ok, ¿Qué te hubiese hecho quedar, que te hubiese hecho seguir con nosotros?

Entrevistado: ¿Dime?

Entrevistador: ¿Qué te hubiese hecho quedar con nosotros? Seguir en Uniempresarial

Entrevistado: ¿La verdad? No pues donde llegaran a mejorar las prácticas créeme que uno sigue porque el método es muy bueno, si no que las empresas que le dan a uno no están bien estudiadas para uno estar ahí.

Entrevistador: Ok, ¿Y cuál sería una práctica soñada para ti? ¿Qué te gustaría haber vivido o encontrado en prácticas?

Entrevistado: Pues que uno ejerciera lo que le correspondía en cada semestre

Entrevistador: Ajá...

Entrevistado: No, eso y aparte ni siquiera le hacen visitas a uno

Entrevistador: Ok ¿Visitas en qué sentido?

Entrevistado: Ósea tú te sientes que la universidad no lo visita a uno y eso fue lo que le dijeron antes de inscribirse a esa universidad.

Entrevistador: Ok.. Ósea te gustaría que los profesores tuvieran como un seguimiento, que estuvieran visitándote en la empresa...

Entrevistado: Claro, claro, eso fue lo que nos dijeron, cuando yo fui a averiguar, eso fue lo que me dijeron a mí, que nos hacían un seguimiento, pero nunca hubo seguimiento. Ósea, llegan y lo tiran a uno allá y defiéndase.

Entrevistador: Ok.. ¿De lo que alcanzaste a vivir con nosotros, qué cosas te gustaron? ¿Qué cosas rescatas?

Entrevistado: Los profesores son muy buenos, el ordenamiento en las clases son buenas, en sí la parte teórica es muy buena, la práctica es lo que nunca me convenció.

Entrevistador: Ok.. ¿De tus compañeros de clase tu sabes si hay más personas que se hayan retirado? o ¿Continuaron los mismos?

Entrevistado: La verdad creo que si se retiraron como dos, pero no estoy muy segura; y otros se pasaron para la noche.

Entrevistador: ¿Sabes si de pronto Uniempresarial hizo alguna acción para ayudarte a continuar, para escuchar tus quejas, tus dudas?

Entrevistado: No.

Entrevistador: ¿Las expresaste? ¿Nos las contaste?

Entrevistado: Si, yo estuve hablando con una persona que me atendió que no recuerdo el nombre.

Entrevistador: Ajá...

Entrevistado: Por lo mismo de las prácticas, pero ya, no hubo solución alguna.

Entrevistador: No pasó nada después...

Entrevistado: No.

Entrevistador: Ok, en relación digamos con los colaboradores, las personas que trabajan en Uniempresarial, ¿Cómo te fue? ¿Cómo sientes la relación con ellos?

Entrevistado: Muy bien, muy buena.

Entrevistador: Ok, listo y por último ¿Qué consejo en general, (digamos que no solo de prácticas si no en general, tu como estudiante,) nos darías a Uniempresarial para mejorar? A parte de pues de lo que ya me has dicho.

Entrevistado: De pronto cuando los profesores cancelan clases, pues que se hagan después, porque eso también se lo dijeron a uno, que después se reponían las clases, pero no, esas son perdidas, entonces eso sería muy bueno que lo mejoraran. Y ya de resto no más.

Entrevistador: De resto estuvo bien para ti.

Entrevistado: Si.

Entrevistador: Bueno Viviana, muchas gracias por tu tiempo, tus respuestas nos ayudan a mejorar, lamento la situación que viviste con nosotros, igual estamos en mejoras todos los días; esperamos que tengas muchos éxitos igual en los proyectos en los que estás y cualquier cosa, en Uniempresarial eres muy bienvenida.

Entrevistado: Vale, muchísimas gracias.

Anexo 17: Estudiante 1

Estudiante de Finanzas y Comercio exterior jornada diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes, por favor Nelcy

Entrevistado: Si Sra. Con ella

Entrevistador: ¿Cómo estas Nelcy? Hablas con Luisa Monroy yo soy Coordinadora de admisiones de Uniempresarial

Entrevistado: bien si Sra.

Entrevistador: Nelcy yo llamo para revisar una información y confirmar si tú sigues estudiando en Uniempresarial

Entrevistado: Si sra.

Entrevistador: ¿En qué semestre vas?

Entrevistado: Tercer semestre

Entrevistador: ¿Tercer semestre de Finanzas en el día cierto?

Entrevistado: Si Sra.

Entrevistador: Te voy a hacer algunas preguntas de Uniempresarial, simplemente estamos consultando a nuestros estudiantes para poder mejorar algunas cosas de la institución ¿está bien?

Entrevistado: Bueno si Sra.

Entrevistador: ¿Qué hace que sigas en Uniempresarial?

Entrevistado: Bueno la verdad me gusta mucho que tengan la práctica y la clase teórica.

Entrevistador: ¿Te gusta mucho el modelo?

Entrevistado: SI Sra.

Entrevistador: ¿qué es lo que más te gusta de la experiencia de ir a prácticas?

Entrevistado: Pues que ahí uno verdaderamente se da cuenta si es lo que a uno le gusta o si eso no

Entrevistador: ok ¿y qué es lo que menos te gusta? ¿Qué podríamos mejorar?

Entrevistado: la verdad me parece que está bien, creo que es un tiempo prudente de teoría y practica

Entrevistador: ¿De tu salón todos han continuado o alguien se ha retirado?

Entrevistado: Pues si durante los dos semestres que hemos cursado si se han retirado hartas personas porque comenzamos como 30 personas y ahora somos 18

Entrevistador: ¿Sabes porque se retiraron?

Entrevistado: No, pues la verdad no. Ósea se que hay algunas poquitas personas que se pasaron a la noche, pero es por las prácticas, pero de resto no, no se

Entre Entrevistador: ¿Tú crees que Uniempresarial podría hacer alguna acción para ayudar a los estudiantes a continuar?

Entrevistado: No pues a mí me parece que está bien

Entrevistador: ¿Cómo podrías describir la relación entre los estudiantes y los profesores?

Entrevistado: Respecto a los docentes, me parece que suelen integrarse mucho con los estudiantes, y pues no la verdad no tengo ninguna observación sobre ellos, son muy buenos profesores, no son maleducados ni nada por el estilo.

Entrevistador: Y con los funcionarios, las personas que trabajamos acá en Uniempresarial

Entrevistado: No la verdad no, pues solo hablo con mi asesor, pero lo cambiaron, y hablaba con Germán y ya no está Germán ahora es Carlos Guzmán, pero con el no me he tratado

Entrevistador: ¿Qué consejo le darías a Uniempresarial?

Entrevistado: Un consejo... no se... no tendrían ninguno

Entrevistador: Bueno gracias Johana, que estés bien

Entrevistado: Vales gracias chao

Anexo 18: Estudiante 2

Estudiante de Ingeniería Industrial jornada diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Entrevistador: Aló buenas tardes por favor Daniela

Entrevistado: Con ella

Entrevistador: ¿Cómo estas Daniela? estamos haciendo preguntas a nuestros estudiantes ¿Qué es lo que te hace seguir en Uniempresarial?

Entrevistado: mmmm el modo de prácticas

Entrevistador: ¿Qué es lo que más te gusta? ¿A cuántas prácticas has ido?

Entrevistado: Solo a una, estoy en tercero

Entrevistador: ¿Cómo te fue, ¿qué fue lo que más te gusto?

Entrevistado: Lo que más me gusto fue la experiencia que uno puede tener, ósea el conocimiento como tal

Entrevistador: ¿Qué podría ser mejor en las prácticas?

Entrevistado: Organización a la hora de... como explico eso... a la hora de mandar a los estudiantes a las practicas, tener un mejor seguimiento a la hora de asignar las practicas, un control más personalizado, más regular, más detallado, más uno a uno, y que uno no quede todo perdido.

Entrevistador: ¿cómo sería?

Entrevistado: Que tuviéramos un control, puede ser, no sé, cada viernes de lo que estamos haciendo en las empresas, y mirar cómo nos puede ayudar la universidad como tal

Entrevistador: ¿De tu curso se han retirado algunas personas?

Entrevistado: No Sra. hasta el momento se han retirado dos

Entrevistador: ¿Tú sabes porque se han retirado?

Entrevistado: Uno por problemas de salud, entonces no pudo seguir, y el otro le propusieron trabajo en las prácticas y se pasó a la noche

Entrevistador: ¿Sabes si Uniempresarial tenga alguna acción que le ayude a los estudiantes a continuar sus estudios?

Entrevistado: no, no Sra.

Entrevistador: ¿Qué acciones podríamos hacer para ayudar a los estudiantes a terminar su carrera profesional?

Entrevistado: Uch que pregunta, como estimular más al estudiante a que se esfuercen por ellos mismos

Entrevistador: ¿cómo podríamos hacer eso?

Entrevistado: no se me ocurre, pero más o menos eso, como guiarlos más a ser mejores personas, como mostrarle la vida real como tal, exigiendo

Entrevistador: ¿Cómo es la relación entre docentes y estudiantes?

Entrevistado: Buena

Entrevistador: ¿y con las personas que trabajan acá?

Entrevistado: También me han colaborado

Entrevistador: ¿Si pudieras darnos un consejo, que consejo nos darías?

Entrevistado: No la verdad todo me gusta

Entrevistador: bueno muchas gracias

Entrevistado: si Sra. que estés bien

Anexo 19: Estudiante 3

Estudiante de Ingeniería Industrial diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes por favor Juan David

Entrevistado: Si, ¿con quién hablo?

Entrevistador: ¿Cómo estas Juan David? Hablas con Luisa Monroy, coordinadora de admisiones de Uniempresarial ¿Cómo te va?

Entrevistado: ¡Bien!

Entrevistador: Juan David estamos realizándole algunas preguntas a nuestros estudiantes y quisiera saber si estas en este momento activo, si tu vienes a clase

Entrevistado: Si en este momento voy a clase normal y todo

Entrevistador: Estas en el programa de Ingeniería Industrial, ¿en qué semestre vas?

Entrevistado: En tercero

Entrevistador: ¡Vale! ¿Qué hace que no cambies de universidad, que hace que sigas en Uniempresarial?

Entrevistado: No sé, la modalidad

Entrevistador: ¿qué es lo que más te gusta de la modalidad?

Entrevistado: Pues que uno pone en práctica lo que está aprendiendo y uno como que lo pone en práctica y a la vez como que va adquiriendo experiencia de otros temas que van como externos de la carrera de uno y todo, uno como que los va juntando entonces uno va adquiriendo más conocimiento

Entrevistador: ¿Ya a cuantas prácticas has ido?

Entrevistado: Pues ya voy para la segunda, pero la primera me sirvió muchísimo

Entrevistador: ¿De las prácticas que es lo que podemos mejorar, que es lo que menos te gusta de modelo dual?

Entrevistado: Lo que menos me gusta del modelo dual, mmm no sé. La verdad yo quede contento con eso

Entrevistador: Te ha gustado todo, tu asesor, la forma como te damos las clases, la forma como te tratamos

Entrevistado: ¿En tu salón se ha retirado alguien, o siguen los mismos que empezaron en primer semestre?

Entrevistador: Seguimos los mismos, unos se pasaron para la nocturna por la cuestión de las practicas, pero seguimos los mismos

Entrevistado: ¿Si Uniempresarial pudiera hacer algún tipo de acción para que nadie se retirara que podríamos hacer?

Entrevistador: La verdad no me he puesto a pensar en eso

Entrevistado: ¿Cómo es la relación entre docentes y estudiantes?

Entrevistador: La relación bien, nosotros con los profesores nos llevamos bien y pues ellos también dicen lo mismo de nosotros

Entrevistado: ¡Vale! ¿Y si pudieras darle algún consejo a Uniempresarial que consejo nos darías?

Entrevistador: Yo creo que un parqueadero para carros, tienen todo y pusieron una cera por l mitad. Un espacio para los carros de los estudiantes, sería mejor, mucho llegan ahí, pues obviamente tienen lo del valet parking, pero tienen todo el espacio para los caros y lo quitaron de pronto por algo del espacio público, no sé, pero tienen todo el espacio y ponen un andén y no sé porque lo quitaron.

Entrevistado: ¿Adicional al parqueadero Uniempresarial podría mejorar en algo?

Entrevistador: Si los computadores, tienen computadores muy lentos. Uno mira y dice bueno las especializaciones están bien, pero hay computadores muy lentos, uno dura media clase esperando que prenda el computador y toca cambiarse de computadores para ver a cuál le coge. O que mire a ver porque casi que los computadores tienen buenas

especificaciones, pero debe haber algo que no es compatible, y hay unos computadores que son muy lentos, otros que son rápidos.

Entrevistado: ¿En el tema de prácticas, podríamos ayudarte en algo adicional?

Entrevistador: Pues digamos en el semestre pasado, cuando íbamos a ir a la primera práctica a nosotros nos hicieron varias clases sobre ese tema, como era... como se manejaban las empresas... lo de las entrevistas... todo eso y digamos que con eso yo quede bien. Pero el resto digamos uno cuando entra a las prácticas, si tener como el apoyo uno, pero tampoco estar como tan encerrado, sino que uno va cogiendo la experiencia y va mirando cómo funciona el mundo laboral y eso está bien

Entrevistado: ¿Te gusta como esta?

Entrevistador: ujumm

Entrevistado: Bueno listo, muchas gracias Juan David

Entrevistador: Listo

Entrevistado: Que este bien chao

Entrevistador: Listo chao

Anexo 20: Estudiante 4

Estudiante de Marketing y logística flexible

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló

Entrevistador: Aló buenas tardes, por favor Juan David

Entrevistado: Si con el

Entrevistador: ¿Cómo esta Juan David? Yo soy Luisa Monroy coordinadora de admisiones de Uniempresarial ¿cómo estás?

Entrevistado: Bien muchas gracias

Entrevistador: Juan David estamos realizando algunas preguntas desde admisiones a los estudiantes y yo quiero preguntarte si en este momento tu estas viniendo a clases

Entrevistado: Si

Entrevistador: ¿Tu eres del programa de marketing y logística, en que semestre estas?

Entrevistado: ¿y para qué es?, perdón, la encuesta

Entrevistador: Es para admisiones, es para poder identificar aspectos que nos permitan mejorar la retención en Uniempresarial

Entrevistado: ¡A sí! Pues ha estado bien todo ¡muchas gracias!

Entrevistador: ¡Vale! ¿Qué hace que no cambies de Universidad? ¿Qué hace que quieras seguir estudiando con nosotros?

Entrevistado: Pues digamos, sabes de pronto que se podría mejorar, como de pronto.... Ehh no me ha gustado. Digamos algo que no me gusto, es que digamos me dijeron que yo podía hacer las prácticas empresariales así estuviera en flexible porque me podía cambiar, pero después me dijeron que no

Entrevistador: ¿ósea tu estas en la noche y quieres estudiar en el día, o tú quieres seguir estudiando en la noche?

Entrevistado: Si, no es que a las personas de la noche pues ósea, a mí me dijeron que podía pasare al día y hacer las prácticas empresariales, pero después me dijeron que no

Entrevistador: ¿y eso es lo que no te ha gustado?

Entrevistado: Si eso, y se puede mejorar la calidad de los profesores y el control de que si yo acabo el currículo pues mejor

Entrevistador: ok ¿pero te han gustado en general los profesores o a que te refieres con la calidad?

Entrevistado: Si, en general han estado muy bien, pero eso es algo que siempre se debe trabajar, igual en los estudiantes, porque si el profesor le exige al estudiante al fin y al cabo la universidad va a salir mejor, va a tener mejores profesionales

Entrevistador: ¿De tus compañeros, desde que iniciaste hasta ahora, siguen los mismos?

Entrevistado: No, algunos se retiraron por lo que te conté

Entrevistador: ¿Por qué se querían cambiar a día?

Entrevistado: Porque no pudieron hacer las prácticas empresariales, y porque algunos piensan que la calidad podría ser mejor

Entrevistador: ¿Cómo podríamos mejorar la calidad?

Entrevistado: Los profesores son muy importantes, porque el profesor también le exige al estudiante, entonces a veces esa exigencia que te dan, hace que el estudiante tenga que aprender más de una u otra forma. Que no sea una exigencia de notas, sino que el profesor maneje buenos indicadores

Entrevistador: ¿Quisiéramos que te exigiéramos más en clase?

Entrevistado: Yo pienso que eso sería muy bueno, acorde a lo que el profesor pueda enseñarle a uno, porque el profesor, ósea a uno le pueden exigir mucho, pero esa exigencia

puede ser no bien encaminada entonces no se está haciendo nada, es de acuerdo al indicador que se maneja, un indicador que se pueda, ósea que el profesor a uno le enseñe y que así mismo le evalúen

Entrevistador: ¿Uniempresarial podría o ha realizado alguna acción para que las personas que se fueron no se vallan?

Entrevistado: No, no se

Entrevistador: ¿Qué acciones podríamos hacer para que las personas que se fueron no se hubieran ido?

Entrevistado: no, no sé. Pues no sé, igual también se pudieron haber ido porque querían otra carrera o algo así, eso siempre pasa

Entrevistador: Y la última pregunta ¿Qué consejo nos podrías dar?

Entrevistado: No pues, a mí me gustan muchos los profes que tienen como la práctica y teórica, y pues las capacitaciones que se den a los profes, que se den incentivos a los profes, incentivos económicos, ósea el pago, y pues la capacitación que se le dé a ellos. Ósea trabajar de la mano con ellos. Ponerlos a gusto con la universidad, como lo que hacen las empresas con los empleados cuando quieren sacar lo mejor de ellos

Entrevistador: Bueno gracias por tu tiempo y por tus consejos

Entrevistado: Con gusto chao

Anexo 21: Estudiante 5

Estudiante de Administración de Empresas diurna

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló.

Entrevistador: Aló, Buenas tardes.

Entrevistado: Buenas tardes.

Entrevistador: Por favor Anderson

Entrevistado: Si señora, con él.

Entrevistador: ¿Cómo estás Anderson hablas con Luisa Monroy, yo soy coordinadora de admisiones de Uniempresarial?, ¿Cómo te ha ido?

Entrevistado: Hola, bien.

Entrevistador: Estamos haciendo unas entrevistas a nuestros estudiantes para poder realizar un seguimiento. ¿Tú en este momento te encuentras activo en Uniempresarial? Es decir, ¿Estás viniendo a clase?

Entrevistado: Si señora.

Entrevistador: ¿Cuántos semestres llevas cursando?

Entrevistado: Con este es el tercero, arranqué hace una semana con el tercer semestre.

Entrevistador: Ok ¿Qué hace que sigas en Uniempresarial? ¿Qué te gusta de la universidad?

Entrevistado: La modalidad trimestral más que todo.

Entrevistador: ¿Tú estás estudiando administración de empresas, ¿verdad?

Entrevistado: Si señora.

Entrevistador: ¿De la modalidad tú te refieres a las prácticas o a qué te refieres?

Entrevistado: Si, al modo 3 semestres práctica, 3 semestres teoría.

Entrevistador: 3 meses práctica, 3 semestres teoría, ¿sí?

Entrevistado: Si señora.

Entrevistador: Ok ¿Qué es lo que más te gusta de esa modalidad? ¿Ya has ido a prácticas? ¿Ya has estado en empresas?

Entrevistado: Si señora ya llevo 2 semestres en empresas.

Entrevistador: ¿Y qué es lo que más te ha gustado de las prácticas?

Entrevistado: De la práctica ya empezar como el ambiente laboral, ósea ver como el día a día de las empresas; para ya salir como profesional y ya saber cómo es el manejo de todo.

Entrevistador: ¿Y de las prácticas que no te ha gustado tanto? ¿Qué quisieras que mejoráramos?

Entrevistado: ¿Dime?

Entrevistador: ¿Qué quisieras que mejoráramos de las prácticas?

Entrevistado: De pronto he notado es de que en las prácticas se deja como muy a la deriva al estudiante, ósea, no están muy pendientes sobre eso. Digamos en mi empresa supuestamente el asesor tenía que ir y nunca ha ido. Entonces digamos que hay como un abandono de la universidad, pero no, bien.

Entrevistador: Te ha gustado el resto...

Entrevistado: Si.

Entrevistador: De los compañeros con los que tu entraste en primer semestre ¿Siguen todos completos? o ¿Se ha salido alguien?

Entrevistado: No, éramos 40 y vamos en 25.

Entrevistador: ¿Tú sabes las razones por las cuales se han ido los demás?

Entrevistado: No, éramos 40 y vamos en 25.

Entrevistador: ¿Tú sabes las razones por las cuales se han ido los demás? ¿En general o de alguien en particular?

Entrevistado: Algunos con los que me hablo, algunos se fueron porque no podían seguir pagando, otras se fueron porque consiguieron, ósea se fueron para otra universidad, y ya, más que todo eso.

Entrevistador: ¿Sabes si Uniempresarial les dio alguna ayuda a ellos para que continuaran, para que pudieran solucionar sus inconvenientes y pudieran terminar la carrera en Uniempresarial?

Entrevistado: No, la verdad no sabría decirte.

Entrevistador: ¿O Sabes si por ejemplo tú tienes algún inconveniente, con quien dirigirte o cómo pedir ayuda en Uniempresarial?

Entrevistado: Si, pues a nosotros nos explicaron en primer semestre el conducto regular y pues yo lo tengo ahí; entonces cualquier cosa...pues no he acudido a él como tal porque pues no he tenido problema, pero pues si en algún momento lo necesito, pues acudiré según al conducto regular.

Entrevistador: ¿Qué acciones podría implementar o hacer Uniempresarial con todos los estudiantes para poder evitar que se vayan, para hacer que se queden?

Entrevistado: Yo creería, digamos ósea es la parte que te digo, de las prácticas hay mucha gente que se siente abandonada y digamos tengo compañeros, dos compars que digamos este semestre, no presentaron práctica, que les mandaron un trabajo y quedaron los 3 meses como si fueran vacaciones.

Entrevistador: Quedaron sin empresa...

Entrevistado: Si, sin empresa.

Entrevistador: Es decir, Tu sugerencia es que tuviéramos como un acompañamiento o algo así.

Entrevistado: Exacto, que se pusieran más al tanto de las cosas que están pasando y que digamos que hay empresas que no funcionan como tal para el desarrollo de ciertas áreas; entonces digamos hay un compañero que decía que lo ponían a veces de mensajero; entonces pues esas no son funciones que tiene que cumplir el practicante.

Entrevistador: Claro. ¿Cómo podrías describir a tus docentes? ¿Cómo te han parecido los profesores?

Entrevistado: ¿Los profesores? Bien, pues no he tenido líos con ninguno, todos me han parecido que tienen dominio del tema y todo.

Entrevistador: Te ha quedado claro... ¿Y los colaboradores? Es decir, las personas que trabajan en Uniempresarial, ¿Qué tal te parecen?

Entrevistado: Bien, ellos son digamos los vigilantes y todas las chicas de recepción y todos ellos, bien, muy amables muy cordiales.

Entrevistador: Ok ¿Si pudieras darnos un consejo como estudiante para que Uniempresarial mejorara, aparte de lo que ya me has señalado del seguimiento, que podrías decirme?

Entrevistado: No pues así mayor cosa, no, esa es la única falencia que les he visto por la parte de prácticas, pero por cuestiones de la teoría que se ve en las instalaciones, no nada. Digamos, ¿sabes que de pronto? Las aulas al costado de bienestar, son demasiado... digamos para la ubicación de ciertos cursos, digamos en mi curso somos 25 y quedamos muy pegados, entonces se ha tratado de gestionar para que nos den un salón más grande pero no nos han podido solucionar eso, entonces de pronto que estén más al tanto de eso, los salones.

Entrevistador: Perfecto, ¿Y algún adicional?

Entrevistado: No solo eso.

Entrevistador: Listo, bueno Anderson, muchísimas gracias por tu tiempo, estamos indagando como podemos mejorar para que nuestros estudiantes puedan continuar. Que tengas un buen día y que sigas en Uniempresarial muy feliz.

Entrevistado: Listo vale muchas gracias

Entrevistador: Bueno, que estés bien.

Entrevistado: Una feliz tarde

Entrevistador: Hasta luego.

Anexo 22: Estudiante 6

Estudiante de Administración día

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló, buenas tardes

Entrevistador: Aló, Buenas tardes, por favor Carol

Entrevistado: Si, hablas con ella.

Entrevistador: ¿Cómo estás?, hablas con Luisa Monroy, y soy coordinadora de admisiones de Uniempresarial, ¿Cómo te ha ido?

Entrevistado: Bien si señora

Entrevistador: Carol estamos realizando algunas preguntas a nuestros estudiantes y me gustaría saber si ¿Tú estás activa en Uniempresarial, si tu vienes a clases?

Entrevistado: Si en este momento si, en el momento no estoy estudiando pues porque me pasé de jornada diurna a nocturna, así que pues la próxima semana, el 19.

Entrevistador: ¿Inicias nuevamente que semestre?

Entrevistado: Tercero

Entrevistador: Yo te quería preguntar ¿Qué hace que quieras seguir en Uniempresarial? ¿Qué hace que quieras cambiarte de día a noche? y ¿Qué es lo que más te gusta?

Entrevistado: Pues la verdad estaba realizando prácticas y me dijeron que, si me podía quedar y yo les dije que sí, que podía coordinar con la universidad, y pues ahí fue cuando me pasé a la nocturna y pues ahí ya gracias a dios esta semana se están firmando contratos y todo esto. Ya trabajo mejor dicho fijo

Entrevistador: Ok, ¡Felicitaciones entonces!

Entrevistado: ¡Ay! ¡Gracias!

Entrevistador: ¿Qué fue lo que más te gustó de esa práctica? digamos ¿Qué fue lo que hizo que te quedaras?

Entrevistado: Pues la verdad, la flexibilidad, pues porque mi jefa son personas bien si se puede decir, ósea, son muy flexibles, me colaboran, me ayudan y son personas que están dispuestas a ayudar, en qué sentido, digamos que, si yo no sé o no entiendo algo, ellos se toman el tiempo y la dedicación de explicarme y tienen una parte muy humana que es muy valiosa y eso pues hoy en día, pues no lo ves y pues menos en las empresas.

Entrevistador: De esta experiencia como dual de ir a empresas cuando aún no te cambiabas a la noche, ¿Qué podríamos nosotros mejorar para que la experiencia fuera más enriquecedora para los estudiantes?

Entrevistado: ¿Qué podrían mejorar? de pronto un poquito más de información, es decir que a los estudiantes se les aclare todo desde el principio y que se les informe bien cómo

va a ser inglés, ósea, una aclaración bien de cómo es la universidad, el sistema, pues porque claro al principio se hace, pero uno ya a hora se da cuenta, uno dice “no tenía idea de nada” y después es uno buscando a ver con quien habla para que lo ayude.

Entrevistador: Ok...

Entrevistado: En esa parte más que todo y en cumplir los horarios, que los profes pues cumplan con las horas establecidas. Porque uno como estudiante dice “ah bueno me aplazaron la hora, la clase” pero uno no sabe realmente si al final del día el profesor cumplió con el pensum o no, ¿sí? Eso, eso más que todo.

Entrevistador: Desde que tu empezaste a estudiar hasta ahorita, ¿Siguen las mismas personas o se han retirado personas de tu salón?

Entrevistado: No, se han retirado siempre personas

Entrevistador: ¿Sabes más o menos las razones por las que se retiran? o ¿Casos especiales?

Entrevistado: No, pues de pronto se el caso de alguien, de pronto por motivos económicos, de pronto, pero pues así 100% segura, no, no te puedo decir.

Entrevistador: ¿Cómo te han parecido tus profesores?

Entrevistado: Me han parecido bien, ósea chéveres, pero lo único que te digo es eso, los que dicen y dicen “no puedo” y pues uno al final no sabe si están cumpliendo con el pensum y te están embutiendo todo y tú no sabes si realmente estás realmente aprendiendo lo que realmente necesitas, pues en el sentido que ellos, claros, son empresarios y tienen mucho conocimiento y pues uno no sabe si te están enseñando algo que realmente lo necesitas y lo debas aplicar afuera.

Entrevistador: ¿Y los funcionarios? las personas que trabajan en Uniempresarial que no son profesores, ¿cómo te parecen?

Entrevistado: Esa parte si me parece que es excelente.

Entrevistador: Si por ejemplo a ti te pasara algo o tuvieras una crisis de cualquier motivo, no sé, académica, financiera, personal, ¿Tú sabes si Uniempresarial te apoyaría para evitar que te vayas y que sigas? ¿Hay algunas actividades o servicios que puedas solicitar para eso?

Entrevistado: No, la verdad, eso si no se

Entrevistador: Y la última pregunta es, si pudieras darnos un consejo a Uniempresarial, en general, ósea a parte de lo que hemos hablado claramente, ¿Qué consejo nos darías para mejorar?

Entrevistado: ¿En general? No pues yo creo que lo principal la comunicación entre todos, que desde el de menor rango tenga la misma información y sea la información clara hasta el de mayor rango, sí que todos tengan a información clara y uno sepa que si uno va a un lado, ese mismo lado sabe que le van a responder, ¿si me entiendes? que sea todo pues transparente y claro en la información.

Entrevistador: Ok...

Entrevistado: Otra cosita que, si me acabo de acordar, es la enfermería. Porque la vez pasada estaba con un dolor de cabeza terrible y fui y no había nadie y yo no sabía ni que hacer y estaba en clases y yo “Ay dios mío y ahora.”

Entrevistador: Ok, que tuvieras más acceso o conocer los horarios o saber qué hacer en ese caso, ¿sí?

Entrevistado: Si

Entrevistador: Generar comunicación

Entrevistado: Exacto, y pues de pronto en los baños, pues tu sabes que uno espicha la llave y sale agua y uno se termina de lavar las manos y eso sigue botando agua y pues eso es como un desperdicio ahí, pues para el medio ambiente.

Entrevistador: Perfecto, gracias Daniela. Agradecemos muchísimo que hayas respondido estas preguntas

Entrevistado: ¡Ay! Muchísimas gracias a ti por haberme escuchado, muchas gracias igual por la llamada y por esos procesos que mejoran la calidad de la universidad como tal.

Anexo 23: Estudiante 7

Estudiantes de Administración de empresas día

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio e Bogotá

Uniempresarial

Viernes 8 de febrero de 2018

Entrevistado: Aló.

Entrevistador: Aló, Buenas tardes, por favor Santiago

Entrevistado: Si, con él.

Entrevistador: ¿Cómo estás Santiago? Hablas con Luisa Monroy, yo soy coordinadora de admisiones de Uniempresarial, ¿Cómo te ha ido?

Entrevistado: Bien Luisa, cuéntame.

Entrevistador: Santiago, estamos realizando algunas preguntas a los estudiantes y quisiera saber si tú en este momento estás activo, es decir, ¿Estás viendo clases en Uniempresarial?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: Vale, ¿tú estás en administración de empresas en el día, ¿verdad?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: Vale, ¿Qué es lo que te hace que no cambies de universidad? ¿Qué es lo que hace que sigas en Uniempresarial?

Entrevistado: No pues la verdad, el tiempo de la carrera, ósea como que terminamos rápido, entonces es lo que más me mueve estar ahí, igual como que las clases y todo me ha parecido como muy completas, entonces digamos que el tema académico también pues me mantiene ahí.

Entrevistador: Ok, ¿Qué tal te han parecido los profesores?

Entrevistado: Súper bien, muy buenos, ósea muy bien preparados, pues hay uno que otro que igual, como todo, ¿no? Pero pues la mayoría súper bien.

Entrevistador: ¿Y los funcionarios? ¿Las personas que trabajan en Uniempresarial que te parecen?

Entrevistado: No, muy bien, ósea súper queridos todos, la verdad todo súper bien, no he tenido problema alguno

Entrevistador: De las prácticas, ¿Tú ya has tenido la oportunidad de ir a empresas?

Entrevistado: Si, 2 veces ya.

Entrevistador: ¿Qué te pareció la experiencia de práctica?

Entrevistado: Chévere, chévere porque uno aprende muchas cosas, como que empieza a cambiar la forma de ver todo, entonces digamos que muy chévere por esa parte porque uno aprende, pero pues igual es como malaquita a veces porque como que no hay mucho que hacer, y pues como es tan poco tiempo, les los empresarios tampoco dicen, “no, como para que le ponga un proceso, si me lo va a dejar botado”, pero pues por el momento he aprendido mucho, muy bien, la empresa que me toco, muy bien, la verdad todo me ha ido súper bien.

Entrevistador: ¿Cómo serían unas prácticas soñadas para ti? ¿Cómo te gustaría que fueran las prácticas?

Entrevistado: Pues que pagaran, que pagaran completo, pues sería súper bueno. Y también no sé, digamos que las prácticas en cámara dicen que son muy buenas, pues porque digamos que es la filial de la universidad, y digamos que ahí son muy buenas

entonces digamos que serían algo así por el estilo, donde uno pueda trabajar, donde uno pueda estar ocupado todo el tiempo, donde pueda aprender todo el tiempo, porque pues si he escuchado que a varios personas (a mí no gracias a dios) pero si varios compañeros que si les ha ido como regular en las prácticas, entonces pues que los empresarios no los toman como enserio, entonces las soñadas serían donde uno pueda aplicar lo que aprendió y pues estar como verdaderamente metido en el tema y pues aprender mucho.

Entrevistador: Cuándo tú dices que a tus compañeros no los han tenido en cuenta, o no los han tomado en serio, ¿A qué te refieres? ósea ¿Qué es lo que hacen los empresarios que hacen sentir eso a los estudiantes?

Entrevistado: Pues hay muchos que, ósea como que se supone que tienen que ir a marketing o a logística, pero entonces como que los tienen en el mismo puesto siempre y no les dan como esa libertad de hacer algo nuevo si no que, pues tengo varios compañeros que han ido a hacer lo mismo los 2 semestres.

Entrevistador: Ok...

Entrevistado: Entonces digamos que pues maluco porque se supone uno está pagando precisamente para ir a aprender y aplicar lo que aprendió, no para que lo pongan a hacer la misma tarea 2, 3, 4, 5 semestres.

Entrevistador: Claro... ¿Del grupo con el que iniciaste a estudiar ¿Siguen todos completicos o se han retirado personas?

Entrevistado: No, ya salieron como 20

Entrevistador: ¿Y tú sabes más o menos en general o casos específicos porque se ven? ¿Por qué las personas no continúan en Uniempresarial?

Entrevistado: Muchos se han cambiado a la noche y se han quedado en la empresa donde hicieron prácticas. Muchos han sido por eso, otros pues por falta de recursos, pero pues básicamente lo que he sabido es que se cambian a la noche.

Entrevistador: Si Uniempresarial pudiera dar algún tipo de apoyo, de actividad, no sé, para que las personas sigan hasta el final, ¿Qué te gustaría que ofreciéramos a los estudiantes?

Entrevistado: Vacaciones

Entrevistador: Ok, Quisieras que les diéramos más vacaciones...

Entrevistado: Si un poquito, porque la verdad, ósea, es muy bueno porque, pues uno está como estudiando y trabajando todo el año, ¿cierto? Pero siempre hace falta un descansito.

Entrevistador: Digamos que... las acciones que ya hace Uniempresarial, ¿Tú conoces alguna que pudieras como ir en caso de ayuda, no se...

Entrevistado: ¿Las que, perdón?

Entrevistador: ¿Conoces alguna actividad, acción o servicio que Uniempresarial ofrezca en caso de que tú estés en riesgo de retirarte, no sé, algo financiero, académico, personal...?

Entrevistado: No, la verdad, no sabía, pues no sé, nunca he tenido como la necesidad de ir a buscar eso, pero no, ni idea.

Entrevistador: Ok.

Entrevistado: De pronto eso sería bueno, ¿no? Pues que se le dijera a la gente como “No, vea usted aquí puede venir, hablar, le ayudamos, esto, lo otro”, ósea que bienestar se meta más en el papel y le informe a la gente que puede hacer, será muy bueno.

Entrevistador: Ok, y como para terminar, aparte claramente de lo que hemos hablado que consejo nos darás a Uniempresarial como en general, como universidad, ¿Qué consejo nos das?

Entrevistado: Bueno, como universidad, no se digamos que en la parte de los profesores es muy bueno porque, pues por lo menos, lo que me ha tocado, la mayoría tienen empresa, entonces nos llevan a eso, pues sería lo ideal, que los profesores nos incendiaran a formar empresa. Y también las instalaciones, que es que enserio da como claustrofobia, sinceramente.

Entrevistador: Ok, como te gustaría que fueran las instalaciones, ósea ¿Cómo serían las instalaciones perfectas para ti?

Entrevistado: Por ejemplo, las del segundo piso, los salones nuevos son muy chéveres porque, digamos que uno tiene el espacio, poder respirar tranquilo, no hay calor así infernal, sino que es muy bueno, ósea, enserio en instalaciones estamos colgaditos, pero yo sé que eso mejora, yo sé. Pues nada el campus también supongo que es necesario, que es muy difícil, si, pero pues siempre hace falta como un espacio, donde uno pueda ir, relajarse, estar tranquilo y pues saber que es de su universidad y que uno lo puede usar pues como ir a para jugar futbol o como para ir a distraerse, algo así, si? sería como, lo que les recomendaría.

Entrevistador: Ok, Bueno muchas gracias Santiago por tu tiempo y por tus recomendaciones, como te dije al principio, estas preguntas son para tener en cuenta la percepción de los estudiantes en nuestros planes de mejora.

Entrevistado: Vale muchas gracias.

Entrevistador: Bueno que estés bien.

Entrevistador: Bueno lo mismo, que estés bien, chao.

Entrevistador: Chao

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO		
MARKETING EDUCATIVO RELACIONAL DEL MODELO DUAL: UNA PERSPECTIVA DE RETENCIÓN ESTUDIANTIL		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Monroy Sora	Luisa Fernanda	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Rubiano Rios	Diana Consuelo	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Especialización en Alta Gerencia	Pregrado	
	Especialización	x
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá	2018	123
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Retención	Retention	
Marketing educativo relacional	Educational marketing relate	
Modelo de educación dual	Dual education model	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>El modelo dual se puede considerar como un sistema de formación único en el país, en donde las instituciones de educación superior y las empresas unen esfuerzos para lograr egresados con experiencias de formación real, que combinan la práctica y la teoría para formar profesionales integrales y contribuir al desarrollo del talento humano empresarial.</p> <p>La anterior dinámica al tener métodos de enseñanza particulares abre un interesante campo de investigación permitiendo preguntarnos si ¿puede aportar el marketing educativo relacional al propósito de retención estudiantil</p>		

en instituciones con un modelo dual de formación profesional?, con el fin de identificar acciones que se puedan implementar para aportar a la retención universitaria.

Para desarrollar lo anterior este documento contextualiza al lector sobre la retención en el país, posteriormente expone los objetivos generales y específicos de la investigación y realiza un recorrido teórico, conceptual y referencial de las dos categorías que se tienen en cuenta en el estudio (retención y marketing educativo relacionan) para así exponer el marco metodológico y los hallazgos encontrados.

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Luisa Fernanda Monroy Sora con C.C. N°1032435897

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título *Marketing
educativo relacional del modelo dual: una perspectiva de retención estudiantil*
elaborada para efectos de optar por el título de Especialista en Alta Gerencia del
programa académico de la especialización en Alta Gerencia.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en
formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de
uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23
de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los
derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca,
comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o
autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico
o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet,
extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por
conocer.


El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia
o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos
de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por
parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención,
asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en
defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes
febrero a los 19 días.

FIRMA

Firma



c.c. 1032435897

Firma

C.C.

Firma

C.C.

Bogotá, D.C., 14 de febrero de 2018

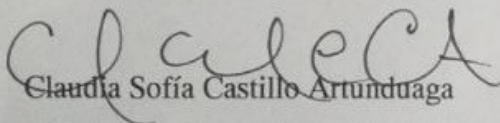
Señor,
León Vargas
Director de Posgrados Uniempresarial

Cordial saludo,

Por medio de la presente, yo Claudia Sofía Castillo Artunduaga identificada con C.C. 37.752.000 de Bucaramanga, en mi calidad de Directora de Mercadeo y Admisiones de Uniempresarial, manifiesto mi conocimiento sobre el desarrollo y la presentación del trabajo de grado de Luisa Monroy, quien realizó un proceso de consultoría con nuestra institución. Autorizamos el uso del nombre de la institución para fines académicos y solicitamos reserva en la información contenida en su trabajo.

Agradezco la atención,

Cordialmente,



Directora de Mercadeo y Admisiones de Uniempresarial